



FAIR FOR LIFE

Política para comerciantes minoristas

Versión febrero 2018

1. INTRODUCCIÓN

Los comerciantes minoristas ocupan una posición especial y estratégica en las cadenas de suministro, y por tanto asumen determinados roles y responsabilidades:

- Ellos permiten que los participantes en la cadena de suministro accedan al mercado (productores, procesadores, etc.)
- Ellos tienen un impacto mayor en los volúmenes y precios
- Ellos tienen acceso directo a los consumidores finales
- A menudo ellos operan diferentes y numerosas tiendas minoristas

Los minoristas que venden productos certificados FFL o FL están normalmente exentos de control. Sin embargo, si un minorista desearía comercializar productos certificados bajo su propia marca, normalmente debería hacerse certificar como un “propietario de marca privada”.

En base a los riesgos y especificidades que sus actividades implican:

Fair for Life – Cadenas de suministro responsables y de Comercio justo

Un minorista puede etiquetar los productos de su marca privada como certificados Fair for Life. Sin embargo, se han hecho algunos ajustes en el programa Fair for Life (p.ej. en el Procedimiento de certificación) para poder realizar un control más adaptado a sus actividades y nivel de riesgos existentes, tal como se explica en las siguientes secciones.

For Life – Responsabilidad social en la empresa

Un minorista puede etiquetar los productos de su marca privada como certificados For Life solo bajo la condición de que todos sus sitios y actividades sean incluidos en la auditoría y alcance de certificación. Las siguientes enmiendas NO pueden ser aplicadas para este caso.

2. ALCANCES

Esta política es aplicable solamente para los “minoristas Fair for Life propietarios de marcas privadas”. Dichos minoristas son empresas / grupos de empresas que tienen las características que se explican a continuación:

- 1) Su principal actividad consiste en vender una variedad de productos destinados al consumidor final, bajo diferentes marcas, al por menor y generalmente en diferentes tiendas minoristas.
- 2) Ellos no procesan ni empaquetan ninguno de los productos certificados Fair for Life.
- 3) Ellos compran de otras operaciones certificadas Fair for Life los productos terminados certificados.
- 4) Ellos desean usar su propia marca privada en uno o varios de los productos terminados certificados Fair for Life que comercializan.

Existen dos posibles situaciones:

- **Caso 1:** Minoristas que son **Propietarios de marcas privadas**
- **Caso 2:** Minoristas que son tanto **Contrapartes de Comercio justo**, como **Propietarios de marcas privadas**

Al igual que en el caso de otros propietarios de marca certificados: el alcance de la Certificación incluirá los productos certificados vendidos bajo su propia marca (vendidos con la propia marca privada del minorista).

A diferencia de otros propietarios de marca certificados: si el minorista compra otros productos certificados que no son comercializados bajo su propia marca, dichos productos no estarán incluidos en la certificación del minorista. Sin embargo, éstos estarán sujetos a algunas verificaciones específicas (ver más adelante, parte 3 en la sección 5).

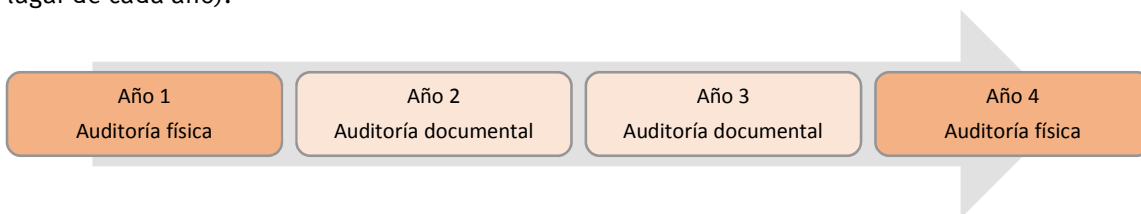
3. DESCRIPCIÓN DE LOS CAMBIOS

Para los minoristas FFL propietarios de marca, el estándar FFL y el correspondiente procedimiento han sido ajustados de la siguiente manera:

Proceso de certificación

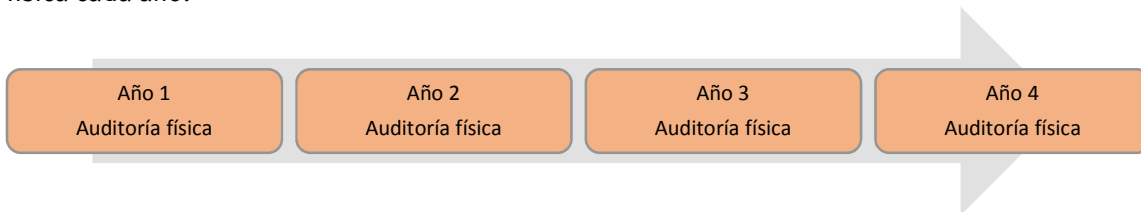
Caso 1: Minoristas que son Propietarios de marcas privadas

Los minoristas que NO son contrapartes de Comercio pueden pasar un proceso de supervisión por medio de auditorías documentales (es decir que las auditorías físicas se realizarían cada 3 años en lugar de cada año):



Caso 2: Minoristas que son tanto Contrapartes de Comercio justo como Propietarios de marcas privadas

Los minoristas que son también Contrapartes de Comercio justo deben ser auditados de manera física cada año:



Sección “Valores y estrategias elegibles”

› ADENDA PARA LA SECCIÓN DE “COMPROMISO CORPORATIVO”

El alcance de la certificación para los minoristas propietarios de una marca privada se define caso por caso, tomando en cuenta la estructura general del grupo, y su sistema de gobernanza. Como regla general:

- La certificación abarcará normalmente al menos a la empresa dueña de la marca de los productos certificados, y que idealmente deberá ser capaz de asumir los aspectos contractuales de comercio justo.
- Las empresas filiales (que son entidades legalmente separadas), y especialmente las tiendas minoristas, no necesariamente deben estar incluidas en la certificación.

En todo caso, durante la auditoría de las entidades que están bajo el alcance de la certificación, la siguiente información deberá ser puesta a disposición del auditor:

- Los procedimientos de compras del grupo y su implementación práctica, incluyendo la información pertinente sobre los aspectos contractuales y la comercialización de los productos certificados.
Para los minoristas que actúan como Contraparte de Comercio justo y como Propietario de marca privada, estos elementos deben estar centralizados. Estos incluyen la definición y aplicación de precios de compra y del Fondo de comercio justo, así como la relación contractual con los proveedores.
En caso de que las tiendas del minorista tengan una cierta autonomía sobre dichos aspectos, el cumplimiento de los requisitos FFL debe ser monitoreado y documentado de manera centralizada.
- La política RSE del grupo y evidencias sobre su implementación (incluyendo el tema de la gestión de recursos humanos).
- Pruebas de que las políticas y procedimientos antes mencionados han sido verificados interna y externamente (p.ej. informes de auditoría).
- Además, cuando el minorista también compra y vende productos certificados que no están bajo su propia marca: información sobre los aspectos contractuales y comerciales de los correspondientes productos.

En caso de existir dudas sobre la implementación de la política RSE del grupo y sobre la política de compras a nivel de las empresas afiliadas, la entidad de control se reserva el derecho de realizar las verificaciones adicionales necesarias a nivel de dichas empresas afiliadas.

› ADENDA PARA LA SECCIÓN DE “ELEGIBILIDAD DEL SOLICITANTE”

Los siguientes requisitos son complementarios para los criterios ELIG 1 y 2:

- 1) Los aplicantes deben presentar una política RSE en la cual explican la manera en que la Responsabilidad social se implementa al nivel de las tiendas minoristas (p.ej. incluyendo la gestión responsable de los recursos humanos a nivel de las tiendas minoristas).
- 2) La marca bajo la cual se venden los productos certificados es una marca específica y (en caso de que el minorista tenga diferentes marcas) separada, dedicada a un aprovisionamiento responsable / ético / de comercio justo.
- 3) Para dicha marca separada, existe un estándar específico interno, además de un esquema de verificación (ya sea interno o externo) que garantiza que las prácticas responsables / éticas / justas que se han definido se implementen efectivamente.

Sección 1. Gestión de la Política de Comercio justo

Esta sección se aplica sin ninguna modificación.

Sección 2. Responsabilidad social

Los aspectos sociales son verificados al menos a nivel de la entidad certificada (por lo general la empresa dueña de la marca) y, en caso de existir alguna duda, también a nivel de sus empresas afiliadas (p.ej. las tiendas minoristas).

Sección 3. Responsabilidad ambiental

Los aspectos ambientales son verificados al menos a nivel de la entidad certificada (por lo general la empresa dueña de la marca) y, en caso de existir alguna duda, también a nivel de sus empresas afiliadas (p.ej. las tiendas minoristas).

Sección 4. Impacto local

Esta parte (que incluye las secciones 4.1 “Derechos legales de uso” y 4.2 “Uso de la biodiversidad y de los conocimientos tradicionales” se aplica sin modificaciones.

Sección 5. Comercio justo en la cadena de suministro

El control se concentrará en los productos certificados comprados por el minorista que se venden bajo su propia marca.

Para los productos certificados que el minorista compra pero que NO son vendidos bajo su propia marca, se añade un criterio general de bonificación (ver al final de la sección).

Además de los requisitos del estándar, se aplican las siguientes modificaciones:

› **NO EXISTEN INDICIOS DE ABUSO O DEPENDENCIA ECONÓMICA:**

Los contratos con los proveedores certificados deben respetar las siguientes reglas (además de los requisitos definidos en TRAD-6):

- **Penalidades por demora en la entrega:** Los descuentos en el precio / las penalidades por demora en la entrega deben mantenerse a un nivel razonable, y deben ser acordadas con el proveedor.
- **Cambios retroactivos en el contrato:** Se prohíbe la aplicación de cambios de manera retroactiva, como descuentos de la factura para cubrir gastos de promoción, descuentos unilaterales basados en las cantidades vendidas, comisiones por inclusión de productos, etc.
- **La transferencia injusta del riesgo comercial** está prohibida, p.ej. obligación de compensación por pérdidas o costos en los que ha incurrido el minorista (inclusive cuotas por achicamiento*), largos períodos de espera para el pago, etc.

* Achicamiento: pérdidas ocurridas entre la compra al proveedor y el punto de venta, generalmente causadas por robos internos/externos.

- *Como regla general, se prestará especial atención a:*
 - o Modificación unilateral de alguna cláusula
 - o Exención de responsabilidad
 - o Imposición o traslado de riesgos de manera irrazonable
 - o Términos contractuales ambiguos, que posibilitan la imposición de obligaciones adicionales para el proveedor.

› **MÁRGENES RAZONABLES DE UTILIDAD:**

Se dará especial atención al margen de utilidad que tiene el minorista con los productos certificados (ver criterio TRAD-49).

› **CRITERIO ADICIONAL DE BONIFICACIÓN:**

Los requisitos descritos en la sección 5 y los ajustes antes mencionados son también cumplidos para los productos certificados Fair for Life que no se venden bajo la marca propia del minorista.

Sección 6. Empoderamiento

El control se concentrará en los productos certificados comprados por el minorista que se venden bajo su propia marca.

Esta sección se aplica sin ninguna modificación.

Sección 7. Respeto al consumidor

El control se concentrará en los productos certificados comprados por el minorista que se venden bajo su propia marca.

Esta sección se aplica sin ninguna modificación, excepto para la sección 7.1 “Trazabilidad”, que no es aplicable. Por cierto, la trazabilidad es verificada más arriba de la cadena de suministro.

Sección 8. Gestión de la Certificación y desempeño social

Esta sección se aplica sin ninguna modificación.

Anexos I, II, III, IV, V y VI.

Estos anexos se aplican sin ninguna modificación, en los casos que corresponda.