

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Análisis de Comercio Justo de una entidad no lucrativa: el caso de estudio de OAN International y su proyecto Nikarit.

Fair Trade analysis of a non-profit entity: the case study of OAN International and its project Nikarit.

AUTOR: D. Ángel Barreto Fernández

TUTOR: Dr. Francisco José Ledesma Rodríguez

Grado en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso académico 2019/2020

En San Cristóbal de La Laguna, a 8 de julio de 2020

Gracias a mis padres por la flexibilidad, comprensión y paciencia mostrada conmigo durante todo este proceso y por convertir algunos momentos difíciles en meras anécdotas.

Gracias a Fran por las horas dedicadas y por ser un extraordinario tutor y guía en este proyecto.

Gracias a Beatriz, Ángela, Kike y a todo el equipo de OAN International por su estrecha colaboración y las facilidades ofrecidas para la realización de este proyecto.

Gracias al profesor Carlos Ballesteros García de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid por su inmediata respuesta y total predisposición a atender mis dudas en cuanto le mencioné mi empresa.

Gracias a la Coordinadora Estatal de CJ (CECJ), la Fundación Vicente Ferrer, la ONG Oxfam Intermon, a la certificadora Ecocert y, finalmente, a WFTO, la asociación mundial de CJ, sin cuyas aclaraciones e información facilitada este trabajo no hubiera visto la luz.

Ángel

RESUMEN

Este estudio se centra en la evaluación de las posibilidades de obtención del certificado de Comercio Justo de la entidad no lucrativa OAN International con los productos con los que comercializa en el marco de su proyecto Nikarit, así como una profunda evaluación del cumplimiento del proyecto con los principios esenciales del Comercio Justo. Para cubrir este objetivo se emplea un procedimiento que combina (i) la obtención de información a través de la base de datos de los buscadores *Web Of Science* (WOS) y *Google Académico*, así como de (ii) las certificadoras de Comercio Justo de las entidades WFTO, FLOCERT y Ecocert con (iii) entrevistas a miembros de la organización OAN International y entidades de renombre en el ámbito del Comercio Justo. De esta manera, se elabora una propuesta doble para evaluar el acceso de OAN International al etiquetado de Comercio Justo en sus productos y su cumplimiento con los principios de este movimiento.

Palabras clave: comercio justo, no lucrativo, certificación.

ABSTRACT

This study focuses on the evaluation of the possibilities of obtaining a Fair Trade certificate from the non-profit organization OAN International with the products it markets in the framework of its Nikarit project, as well as an in-depth evaluation of the project's compliance with the essential principles of Fair Trade. Moreover, to cover this objective is carried out a procedure that combines (i) obtained information from the database of the *Web Of Science* (WOS) and *Google Scholar* search engines, (ii) as well as from the Fair Trade certifiers of the entities WFTO, FLOCERT and Ecocert with (iii) interviews with members of the OAN International organization and renowned entities in the field of Fair Trade. In this way, a double proposal is developed to evaluate OAN International's access to Fair Trade labeling on its products and its compliance with the principles of this movement.

KEYWORDS: fair trade, non-profit, certification.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ORÍGENES DEL CJ: CAUSAS Y CONSECUENCIAS	2
2.1. Comercio Justo	2
2.2. Orígenes y causas	2
2.3. Principios del CJ	4
2.4. Consecuencias	5
3. PROYECTO NIKARIT. LA COMUNA DE NIKKI EN BENÍN	9
3.1. OAN International.....	9
3.2. La comuna de Nikki en Benín	10
3.3. Proyecto Nikarit.....	13
4. MÉTODOLOGÍA.....	15
4.1. Una propuesta de evaluación del CJ.....	16
4.1.1. Medición de los resultados de la propuesta	17
4.1.2. Evaluación del resultado	18
4.2. Certificación de CJ.....	18
4.2.1. Sistema de certificación de CJ WFTO	19
4.2.2. Categorías de miembros.....	19
4.2.3. Sistema de garantía WFTO	20
4.2.4. Solicitar membresía a WFTO	20
4.2.5. Preauditoria OAN International	21
5. ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO DEL PROYECTO NIKARIT	21
5.1. Análisis de la propuesta académica.....	21
5.2. Análisis de la propuesta de certificación con WFTO	28
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Diferencias en prácticas ambientales entre los productores de CJ y los productores convencionales para el café en Oaxaca, Mexico.....	8
Figura 3.1. Esperanza de vida al nacer en Benín 2012-2018	10
Figura 3.2. PIB a precios constantes Benín (billones USA \$) 1990-2018	11
Figura 3.3. Ubicación geográfica de Nikki	13
Figura 5.1. Análisis de los 188 criterios de CJ evaluados a OAN International (%)	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1. Ciclo del sistema de garantía para miembros comerciales de WFTO.....	20
Tabla 5.1. Distribución de los rangos de valoración de las dimensiones de CJ analizadas por frecuencia (%).....	23
Tabla 5.2. Análisis de los principios 1-5 de CJ de WFTO	28
Tabla 5.3. Análisis de los principios 6-10 de CJ de WFTO	30

1. INTRODUCCIÓN

Tal y como señala Dragusanu et al (2014), el Comercio Justo (CJ) es una iniciativa de etiquetado que aspira a mejorar las condiciones de vida de las personas en países en desarrollo ofreciendo mejores condiciones a los productores. El surgimiento del etiquetado moderno de CJ se remonta a 1988, cuando la oenegé Max Havelaar, en Holanda, creó una iniciativa para que los productores holandeses recibieran unos salarios adecuados al nivel de vida de la época. En los siguientes años, este concepto llegó a otros países de Europa y América del Norte a través de nuevas organizaciones, como TransFair y Global Exchange. Ya en 1997 varias organizaciones se unieron formando la asociación Fairtrade International y en 2002 se lanzó una marca común de certificación de CJ, a través de la cual varios organismos de CJ operan hoy en día. En las últimas décadas se ha observado un rápido crecimiento de esta iniciativa. Por ejemplo, la cuota exportadora de la producción de CJ de café fue de 1,8% de las exportaciones totales de café en 2009. Asimismo, las ventas de CJ de este producto se incrementaron de 12000 toneladas en 2000 hasta 123000 toneladas en el año 2011.

Este trabajo de fin de grado se enmarca en el Proyecto de Innovación Educativa “Estrategia educativa basada en aprendizaje servicio aplicada a Trabajos de Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster” de la Universidad de La Laguna (ULL). En este sentido,, el objetivo de este TFG es hacer una evaluación y análisis de las condiciones del proyecto Nikarit de la oenegé OAN International a la luz de los principios del CJ. De esta forma, se evalúa dicho proyecto Nikarit para conocer sus posibilidades de acceder a una certificación oficial de CJ en los productos con los que comercializa y, en general, su grado de cumplimiento con los principios esenciales del CJ, más allá incluso de dicha posible certificación.

Para hacer frente a este objetivo se ha realizado una revisión profunda de literatura acerca del CJ acudiendo a la base de datos de los buscadores *Web Of Science (WOS)* y *Google Académico*. Asimismo, también se han concertado un conjunto de entrevistas y consultas, principalmente con miembros de OAN International , con el profesor Carlos Ballesteros García de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid y Director de la Consultoría Social empresarial ICADE, con la Coordinadora Estatal de CJ (CECJ), la Fundación Vicente Ferrer, la oenegé Oxfam Intermon, la certificadora Ecocert y, finalmente, con WFTO, la organización mundial de CJ.

A partir de toda esta interacción se ha formulado una propuesta doble. En primer lugar, se ha procedido a evaluar las posibilidades de OAN International de obtener el certificado de CJ para sus productos de acuerdo a la propuesta de la certificadora de WFTO. En segundo lugar, a partir de todo lo aprendido acerca del CJ y sus fines, se ha elaborado una propuesta acerca de cómo evaluar el CJ y se ha aplicado esta propuesta al proyecto Nikarit de OAN International, con el fin de extraer recomendaciones adicionales, más allá de las que se extraen a partir de la evaluación para su posible certificación por WFTO.

En líneas generales, los resultados de esta evaluación doble son favorables a OAN International y su proyecto Nikarit. Sin embargo, se han detectado un conjunto de aspectos que son susceptibles de mejora y para los cuales se han recomendado unas líneas de procedimiento en la sección de conclusiones y recomendaciones de este trabajo.

El resto de este trabajo se organiza de la siguiente forma. En la sección 2 se presentan los orígenes del CJ, así como sus causas, consecuencias y los principios en los que se basa esta iniciativa. En

la sección 3 se presenta a la entidad OAN Internacional y se expone su proyecto Nikarit, explicando sus fases y contextualizando su marco de actuación en Benín y, más concretamente, en la comuna de Nikki. En la sección 4 se desarrolla la metodología, definiendo cada una de las propuestas aplicadas, así como la forma de evaluar cada una de las propuestas y los pasos a seguir para solicitar la membresía en WFTO. En la sección 5 se exponen los resultados de la evaluación a partir de ambas propuestas y, por último, en la sección 6 se indican las conclusiones y recomendaciones alcanzadas en este proyecto.

2. ORÍGENES DEL CJ: CAUSAS Y CONSECUENCIAS.

En esta sección se presenta el concepto de CJ, una evolución histórica del movimiento asociado a esta iniciativa, así como una descripción de las principales motivaciones del mismo y sus posibles consecuencias. Para ello se han utilizado principalmente como fuentes de información la página web oficial de la Organización Mundial de CJ¹ y los artículos de revisión de la literatura sobre CJ de Dragusanu et al (2014) y Mook and Overdeest (2018).

2.1. Comercio Justo

Según la Organización Mundial del CJ (WFTO), el CJ es: “un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur”. La iniciativa denominada CJ aspira a cambiar las pautas del comercio internacional a través del apoyo a productores y la sensibilización.

2.2. Orígenes y causas

Tal y como expone la Coordinadora Estatal de CJ², entre los años 40 y 50 del siglo pasado en Estados Unidos dos empresas, la organización Ten Thousand Villages y la compañía de artesanía SERRV, empezaron a dar los primeros pasos en lo que hoy conocemos como CJ. La primera empezó a comercializar adquiriendo bordados hechos en Puerto Rico, mientras la compañía SERRV vendía artículos de artesanía hechos por comunidades del Sur, donde los artesanos tenían que lidiar con los bajos precios impuestos por el mercado internacional y la dependencia de intermediarios. Con la ayuda de la SERRV empezaron a recibir unos ingresos adecuados relacionados con el trabajo que hacían, abrirse a nuevos mercados internacionales y evitar intermediarios innecesarios.

Al mismo tiempo que este movimiento tenía su auge en Estados Unidos, en Europa la ONG Oxfam vendía productos hechos por artesanos refugiados chinos. En 1964 Oxfam crea la primera organización de CJ (Coordinadora Estatal de CJ, 2020). Ya en 1967 se crea la Fair Trade Organisatie, la primera organización importadora de CJ en Holanda, que dos años más tarde abrió la primera tienda en Europa, llamada “tierra del tercer mundo”. Este fue el punto de partida de una red de tiendas de diversa índole en otros países europeos como Alemania, Suiza, Austria y Francia, entre otros.

¹ <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

² <https://comerciojusto.org/historia-cj/>

A lo largo de los años 60 y 70 del siglo pasado, en África, América Latina y Asia se crearon las primeras organizaciones de productores de CJ y ya en 1973 sucedió un gran hito del CJ, la distribución de café, primer artículo de alimentación, lo que significó un gran impulso al CJ. Ya durante la década de los 70 y 80 se incorporaron otros artículos de alimentación como té y azúcar, así como artesanías.

Siguiendo a Dragusanu et al (2014), en 1988 aparecieron las etiquetas modernas de CJ. Esto es, en los Países Bajos la ONG Max Havelaar, de carácter religioso, puso en marcha una iniciativa para hacer que los agricultores de los Países Bajos recibieran salarios que se ajustaran al nivel de vida de la época, por lo que se creó una etiqueta de CJ para sus productos. Esto llevó a que en los años venideros surgieran varias organizaciones, como TransFair y Global Exchange.

En 1989 se sentaron las bases de lo que hoy conocemos como la WFTO (Organización Mundial de CJ) con la creación de la IFAT (International Fair Trade Association). Antes, en 1987, 11 países importadores europeos constituyeron la Asociación Europea de CJ.

En el año 1984 se celebró la primera reunión de tiendas de CJ, lo que originó la red News de Tiendas europeas, formalizada en 1994. En 1996 la red de tiendas celebró el Día de las Tiendas del Mundo Europeas, lo que supuso el primer paso para la celebración del Día Mundial del CJ, que se conmemora el segundo sábado de cada mes de mayo desde el año 2002.

En los años 1997 y 2004 ocurrieron dos hechos importantes y que están relacionados. El primero fue la creación de la organización FLO (Fairtrade Labelling Organization), que se viene encargando de proporcionar el sello Fairtrade, un sello de Certificación Internacional de CJ (International Fairtrade Certification Mark). El segundo hecho ocurrió en 2004 y fue cuando la organización WFTO desarrolló un sistema de evaluación de las organizaciones y constituyó IFAT, la marca Organización de CJ para las entidades que cumplen los requisitos. En 2005 empezó a funcionar el sistema de gestión de la calidad del CJ, cuyo objetivo ha sido cohesionar los procedimientos y normas del CJ.

En 2011, WFTO desarrolló un nuevo sistema para acreditar la Certificación de CJ para cada uno de sus miembros que se basa en dos etapas. Para ello, primero se garantiza el cumplimiento de los criterios obligatorios de WFTO que garantizan el cumplimiento de los principios de CJ a través de auditorías externas. Luego, a través de un sistema de autoevaluación los miembros tienen la obligación de mostrar su progreso en un plan establecido por WFTO (Guarantee System Handbook, 2019).

Asimismo, las organizaciones también pueden obtener el certificado de CJ a través de Fairtrade International³, una organización sin ánimo de lucro cuyo sello es uno de los más destacados a nivel mundial. En este sentido, FLOCERT, fundada en 2003, es la certificadora líder de Fairtrade International⁴.

Otras certificadoras independientes como Ecocert⁵, nacida en 1991 como certificadora ecológica, también permiten la comercialización de productos de CJ a través de su logotipo de *Fair for Life*, para el cual requieren que el 80% de las materias primas de los productos provengan del CJ.

³ <https://fairtrade.es/es/fairtradeiberica/>

⁴ <https://www.flocert.net/es/conozca-flocert/>

⁵ <https://www.ecocert.com/es/detaile-de-certification/comercio-justo-ffl>

2.3. Principios del CJ

La práctica del CJ se basa en 10 principios establecidos por la WFTO que deben ser puestos en práctica por las Organizaciones de CJ. También deben ser supervisados para asegurar su cumplimiento a lo largo del tiempo.

- *Principio Uno. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas*

A través del apoyo a pequeños productores marginados, la organización busca reducir la pobreza y la independencia económica. Para ello, cuentan con un plan de acción.

- *Principio Dos. Transparencia y responsabilidad.*

La organización es responsable y transparente en su gestión y relaciones comerciales. Persigue involucrar a los trabajadores, miembros y productores en la toma de decisiones. También proporciona a todos sus socios comerciales cualquier información relevante. Por último, los canales de comunicación de la cadena de suministro son transparentes.

- *Principio Tres. Prácticas Comerciales Justas.*

La organización cuida el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores a través de la comercialización y no maximiza su beneficio lucrándose de ellos.

Las tasas de interés que pagan los proveedores no pueden ser mayores que los préstamos que los compradores adquieren con terceros. Por su parte, cuando los pedidos se cancelan sin que sea responsabilidad de productores o proveedores, se garantiza una compensación al trabajo ya realizado.

La organización contribuye a la promoción y el crecimiento del CJ estableciendo relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto. Las partes buscan aumentar el volumen del comercio y la diversidad de productos que ofrecen para así aumentar los ingresos de los productores a través del crecimiento del CJ. Se evita la competencia desleal entre colaboradores.

Por último, el CJ reconoce, promueve y protege la identidad cultural y habilidades tradicionales de los pequeños productores.

- *Principio Cuatro. Pago justo.*

Un pago justo proporciona a los productores un salario justo y se basa en el principio de igualdad de pago tanto para hombres como para mujeres. Para que exista un pago justo tiene que haber un precio justo negociado tras un acuerdo entre el comprador y basado en la transparencia de fijación de precios.

Otra de las partes del pago justo es el salario justo, que tiene que ser equitativo y negociado libremente y supone el pago de un salario digno local como mínimo. Este salario digno sería la remuneración recibida por una jornada laboral de 48 horas semanales como máximo (estándar), de modo que al trabajador le sea suficiente para aspirar al nivel de vida mínimo.

- *Principio Cinco. Garantizar que no haya trabajo infantil o trabajo forzoso.*

La organización garantiza que ninguno de sus miembros realiza trabajos forzados y también garantiza la no presencia de trabajo infantil. Para ello, están afiliados a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y a las leyes sobre el empleo de niños. Además, las organizaciones que compran productos de CJ de los productores se aseguran de que no se

emplea el trabajo forzoso ni de niños y que el productor cumple con el Convenio. En el caso de cualquier participación de niños en la producción de CJ las organizaciones serían inmediatamente informadas.

- *Principio Seis. Compromiso con la no discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.*

La organización no discrimina en los siguientes aspectos: “contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, despido o jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical o política, estatus HIV/Sida o edad.” (WFTO, 2017, p.3).

La empresa cuenta con un plan y una política clara para promover la igualdad de género. También respeta el derecho de los trabajadores a unirse en sindicatos y practicar la negociación colectiva.

- *Principio Siete. Garantizar las buenas condiciones laborales.*

Cumplir las leyes locales y nacionales y las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en lo que respecta a horas y condiciones de trabajo de los trabajadores. Además, la organización tiene que estar en conocimiento del estado de salud y seguridad de los productores y crear conciencia sobre la salud y seguridad para mejorarlas.

- *Principio Ocho. Proporcionar el desarrollo de capacidades.*

A través del CJ, la organización mejora las habilidades de los productores y favorece el desarrollo del impacto positivo que tiene sobre ellos.

- *Principio Nueve. La promoción del CJ.*

Creación de una mayor conciencia del CJ a través de objetivos y actividades de CJ. Para ello, la organización proporciona a sus clientes información sobre ellos, los productos que comercializa y organizaciones de productores que hacen los productos, a través de un marketing honesto.

- *Principio Diez. Respeto por el medioambiente.*

Se minimiza el impacto en el medio ambiente obteniendo recursos de fuentes sostenibles y usando tecnologías que reducen el consumo de energía. También, cuando les sea posible, usan energías renovables. Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o biodegradables para el embalaje cuando es posible.

2.4. Consecuencias

A continuación, se presentan algunos de los efectos que se prevén que tiene la implementación de los estándares que conducen a la certificación de un producto como de CJ. Para ello se han seguido los artículos de Dragusanu et al (2014) y Mook & Overdeest (2018), que revisan la literatura sobre CJ.

- *Ingresos y ventas*

Hay evidencia de que los productos certificados con el sello de CJ tienen un precio más elevado que los productos fabricados por productores convencionales (Dragusanu et al, 2014). Por ejemplo, Méndez et al (2010) encuestaron a casi 500 familias de 18 cooperativas diferentes en El Salvador, Guatemala, México y Nicaragua durante la cosecha de café en 2003 y 2004. Se encontró

una relación positiva y significativa entre el precio de venta del café y la certificación de CJ y orgánico.

A pesar de que los productores que certifican los productos con CJ reciben un mayor pago por sus productos, lo que no parece tan claro a priori es si el volumen de producción e ingresos se ve afectado por la certificación de CJ. Respecto a esto, Dragusanu et al (2014) cita el estudio de Arnould, Plastina, and Ball (2009) en el que 1.269 granjas de Nicaragua, Perú y Guatemala fueron examinadas en 2004 y 2005. Su principal hallazgo fue que aparte de los mayores precios, los productores que utilizaban el sello de CJ tenían mayores ingresos y volumen de ventas. También es reseñable el estudio de Jaffee (2009), quien aporta evidencia de que los productores con la certificación de CJ tienen más ingresos que los que no lo son, por lo que sufren menos escasez de alimentos en sus dietas y pueden incluir en ella más cantidad de alimentos como leche, carne y queso.

- *Incentivos de mercado*

Siguiendo estudios como el de Mook y Overdevest (2018), podemos observar como los incentivos de mercado del CJ incluyen mejores precios, mejor acceso a los mercados de consumo de los países a través de la certificación y también mejor poder de negociación y visibilidad de los productos a nivel internacional. Mientras, también se encuentra que no solo los pequeños productores se benefician de la mejora de acceso a los mercados, sino también grandes productores, a través de los distintos efectos del CJ en sus productos. Por otro lado, Mook y Overdevest (2018) también indican que muchas marcas de los países de los consumidores suelen comercializar solo una parte pequeña o simbólica de sus bienes con CJ, en lugar de consolidar relaciones de CJ a largo plazo con los productores. De hecho, las empresas pueden utilizar la etiqueta de CJ para mejorar su imagen sin transformar realmente los mercados convencionales y sus relaciones en el mercado.

Respecto a establecer mecanismos de mercado para aumentar la demanda de productos de CJ e intentar sacar a más productores de la pobreza, se observa como grandes empresas con poder de influencia como Nestlé y Starbucks, entre otras, no se han comprometido plenamente, prefiriendo comerciar con productos “no certificados” de alta calidad que con los propios que cumplen el criterio de CJ. Por lo tanto, teniendo en cuenta los objetivos se deben implementar políticas más estrictas para estimular a los compradores a comprometerse con productos de CJ (Mook & Overdevest, 2018).

- *Justicia social*

Mook y Overdevest (2018), a partir de su revisión de la literatura concluyen que “*la efectividad del CJ reside en dirigirse hacia algunos estándares de la justicia social como la prevención del trabajo infantil, trabajos forzados, libertad de asociación, condiciones de trabajo seguras*”. El CJ también premia a los productores por gastar la prima social en proyectos relacionados como el acceso al cuidado infantil y educación, entre otros.

A modo de ejemplo, el estricto control de la violación de las condiciones de trabajo infantil junto a la potencial pérdida de ingresos por la pérdida del certificado ha creado fuertes incentivos económicos para que los productores prohíban el trabajo infantil. También, el CJ ha hecho que se reduzca el uso de químicos perjudiciales para la salud pública y el medio ambiente.

Asimismo, Taylor et al (2005) y MacDonald (2007) corroboran que los estándares de CJ han mejorado el empoderamiento de las mujeres y la igualdad dentro de las organizaciones de productores.

- *Estabilidad financiera de los productores*

Como se indica en Dragusanu et al (2014), el CJ aspira a mejorar la estabilidad financiera de los productores certificados a través de varios métodos, como el de establecer un precio mínimo, la financiación de compradores y cooperativas, y el estrechamiento de las relaciones entre productores y compradores en el largo plazo. A pesar de esto, existen algunos casos que son excepciones. Así, Reynolds (2009) realizó entrevistas y *focus group* (técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público) de integrantes y líderes de cuatro cooperativas en Perú y México. Con esto, encontró que algunos compradores (como los importadores que venden a Starbucks y Nestlé) normalmente no compraban a cooperativas endeudadas. Asimismo, éstos también están menos dispuestos a establecer relaciones contractuales de largo plazo, firmando contratos de solamente un año, los mínimos requeridos por el CJ. A pesar del comportamiento de estos compradores, encontró que entre los productores entrevistados había una opinión generalizada de la financiación como el segundo aspecto más beneficioso del CJ, después del precio suelo, es decir, del precio mínimo de venta de los productos de CJ, de modo que pueda generar una prima que beneficie a los productores.

Otros estudios revisados en Dragusanu et al (2014), como el de Bacon et al (2008), confirmaron que el CJ ha tenido éxito aumentando la disponibilidad de crédito financiero para los productores. Para ello, se tomó una muestra de 177 productores de Café en Nicaragua, de los cuales el 77% de los que certificaban con los estándares de CJ, afirmaban que su cooperativa les proporcionaba crédito antes de la cosecha, mientras que la cifra se reducía hasta el 33% cuando los agricultores pertenecían a cooperativas convencionales.

- *Agricultura sostenible e impacto en el medio ambiente*

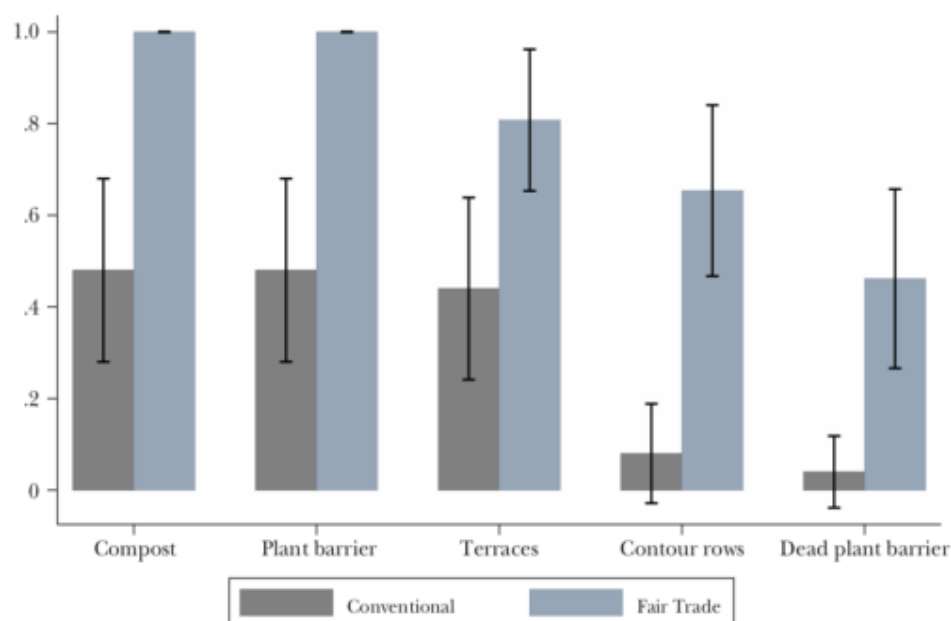
Según datos recopilados en Mook y Overdeest (2018), uno de los puntos fuertes del CJ es que mejora las posibilidades de realizar una agricultura sostenible. Esto es, una agricultura basada en el uso de agroquímicos naturales, la reducción del gasto, la gestión del suelo y el agua, promoviendo también la biodiversidad y la adaptación a las consecuencias del cambio climático. En definitiva, mejora las condiciones ambientales y da más posibilidades a los minoristas.

Siguiendo a Fairtrade International (2016) y Levai et al (2015), un buen ejemplo de estas ventajas es Ghana, donde la falta de conocimiento previo y equipamiento adecuado entre los productores llevó a pérdidas de productos como el cacao, que se deteriora debido a la aparición de moho por la humedad. Sin embargo, cuando los productores usaron las primas sociales del CJ para construir almacenes donde guardar lo recogido en sus cosechas y mejorar los estantes de secado dichas pérdidas cesaron. Según datos recogidos en dicho estudio, estas inversiones facilitaron que el 90% de las cooperativas de productores de cacao de alta calidad pudieran conocer las condiciones del mercado internacional y venderlo de acuerdo a los estándares del CJ. Según Fairtrade International (2013), en 2011 y 2012 el 15% de las primas sociales fueron invertidas en estas prácticas, para así mejorar las condiciones de los productores y que pudieran competir en el mercado internacional. También, esto ha permitido que muchas organizaciones de productores en Ghana inviertan en producción sostenibles, cumpliendo así con más criterios medioambientales y

de agricultura sostenible. En consecuencia, el 52% de los productores de café ha obtenido, además, la certificación de producción orgánica en Ghana.

Respecto al cuidado del medio ambiente, el CJ ha promovido con éxito formas de producción respetuosas con este entre los productores certificados. Por ejemplo, Jaffee (2009) evidenció que hay una fuerte asociación entre el certificado de CJ y prácticas ambientales respetuosas con el medio ambiente. En dicho estudio se analizó una muestra de 51 productores de café en México de los cuales 25 eran convencionales y 26 de CJ. Aquí se incluían prácticas como la producción de abono y su aplicación a las plantas de café, la construcción de terrazas y filas para disminuir la erosión en los suelos con pendiente y la construcción de una barrera con plantas vivas y muertas para reducir la erosión del suelo. A continuación, en la Figura 2.1 se aprecian estas prácticas, mostrando la proporción de productores certificados con CJ y la de productores convencionales que las practicaban.

Figura 2.1. Diferencias en prácticas ambientales entre los productores de CJ y los productores convencionales para el café en Oaxaca, Mexico.



Fuente: Dragusanu et al (2014).

Los resultados sugieren claras diferencias respecto a la utilización de las distintas técnicas respetuosas con el medio ambiente entre los dos grupos de productores. El grupo de los productores certificados con CJ hacía un mayor uso de prácticas respetuosas con el medio ambiente.

- *Efecto en instituciones legales*

La evidencia estudiada muestra que el CJ no desarrolla instituciones más fuertes. Un ejemplo para mostrar este efecto lo encontramos en Ruanda en 2009, donde a partir de una muestra de 107 productores de café se encontró que los que estaban asociados a la certificación de CJ contaban

con menor confianza del líder de la cooperativa (Dragusanu et al, 2014). En Costa Rica los resultados de otro estudio también mostraban resultados similares, ya que entre una muestra total de 103 productores, los productores que utilizaban la certificación de CJ tenían una percepción de un funcionamiento más pobre de su cooperativa y se identificaban menos con la misma.

3. PROYECTO NIKARIT. LA COMUNA DE NIKKI EN BENÍN

En esta sección se presenta el proyecto Nikarit, cuya producción es objeto de evaluación en este Trabajo de Fin de Grado de acuerdo con los principios del CJ, como servicio a OAN International. Inicialmente se describe la organización sin ánimo de lucro OAN International, que es la entidad a través de la cual se viene comercializando el producto objeto de evaluación. A continuación, se examinan datos relevantes acerca de la situación socioeconómica de Benín y, especialmente, de la comunidad de Nikki, en la que se lleva a cabo el proyecto Nikarit. Finalmente, se expone en detalle el proceso a través del cual el producto se recolecta, almacena y transporta hasta los mercados de destino.

3.1. OAN International

Según se puede comprobar en su propia web, OAN International es una Organización No Gubernamental (ONG) que actúa en Nikki, una comunidad situada en el noreste de Benín, África. Su objetivo principal es impulsar el desarrollo local a través de un sistema de cooperación “sostenible, replicable y responsable”⁶. Para ello, colaboran con los trabajadores locales (agentes de desarrollo) para juntos poner en marcha este modelo.

OAN International es una ONG de reciente creación, pues sus inicios se remontan al año 2013, cuando uno de sus fundadores, Daniel Alfaro, viaja a Nikki como voluntario. Un año más tarde, el 21 de Julio de 2014, OAN (Objetivo Analizar Nikki) es fundada de forma oficial como Organización No Gubernamental por un grupo de 8 personas, entre las que se encuentra Daniel Alfaro. En ese mismo año, el equipo hace su primer viaje a Nikki para investigar las necesidades locales. A partir de ese momento, anualmente se desplazan a Nikki jóvenes para trabajar con los agentes de desarrollo en Nikki y solucionar las demandas del lugar a través de proyectos.

Actualmente OAN cuenta con más de 40 voluntarios y 120 socios entre los que han desarrollado proyectos de investigación como de aplicación real. Un de los rasgos distintivos de OAN es que todos sus voluntarios son estudiantes universitarios o lo han sido, ya que para OAN el estudiante es el principal motor del cambio debido a sus conocimientos. Para ello, a través de Trabajos de Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster, OAN enfoca sus proyectos de colaboración con estudiantes y les propone a éstos áreas de investigación y desarrollo acorde con sus necesidades. (Bautista Hoyos, 2020).

OAN divide sus áreas de investigación y desarrollo en cuatro comités:

- Comité de Política Sociales. El objetivo de esta área es la lucha contra la pobreza, y la igualdad de género a través del empoderamiento femenino. OAN busca conceptualizar la pobreza ya que el enfoque de género es importante en este ámbito en Benín.
- Comité de Agricultura. Su objetivo es mejorar la seguridad alimentaria y la nutrición a través de la promoción de la agricultura sostenible en Nikki. También, lograr la igualdad

⁶ <https://www.oaninternational.org/historia.html>

de género y empoderamiento femenino a través de formación agrícola y el enfoque participativo.

- Comité de Energía, Agua e Infraestructuras. Persigue proporcionar servicios básicos como agua, saneamiento y gestión de residuos. También la mejora de las infraestructuras energéticas.
- Comité Biosanitario. Trata de promover el desarrollo de la sanidad mejorando la atención en los centros médicos, el Hospital Sounon-Séro y también la de los curanderos.

3.2. La comuna de Nikki en Benín

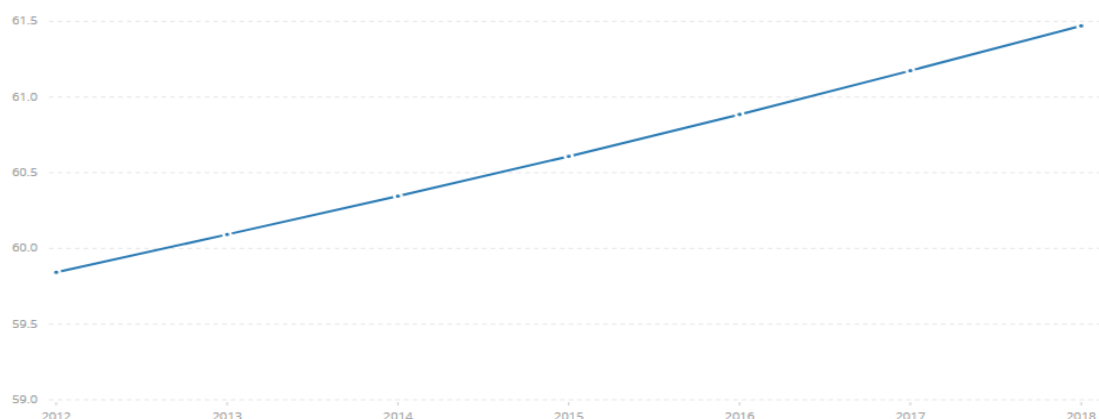
En el centro oeste de África se encuentra Benín, un país que según datos del Banco Mundial tiene una línea de costa de 121 kilómetros en el golfo de Guinea y una población de aproximadamente 11,5 millones de personas en 2018 (Banco Mundial, 2020).

En lo que a política se refiere, Benín es una democracia estable, a pesar de algunas tensiones producidas en las elecciones de abril de 2019. Su actual presidente es Patrice Talon, un multimillonario magnate del algodón que gobierna con mayoría absoluta en el parlamento.

A pesar de una tendencia a bajar en los últimos años, la tasa de pobreza es elevada en Benín, situándose en un 46,4% en 2018 (Banco Mundial, 2020), con un poder adquisitivo de 1,9 \$ por persona de media al día. Por tanto, Benín es uno de los países más pobres del mundo y con graves problemas en infraestructuras básicas como el acceso al agua potable o la electricidad. En 2017 el porcentaje de población que tenía acceso a electricidad en el país era del 43%, mientras, en áreas rurales esta cifra se reducía hasta el 17%. Actualmente, la educación y la sanidad representan el 23% y el 7% del gasto público respectivamente, aunque es necesaria mayor eficiencia y una mayor igualdad a la hora de distribuir geográficamente dicho gasto. (Banco Mundial, 2020).

A pesar de esto, se observan datos de mejoría en los últimos años. Por ejemplo, según datos del Banco Mundial, y tal y como puede comprobarse en la Figura 3.1, la esperanza de vida en Benín en 2018 era de 61,5 años, cifra que ha aumentado progresivamente desde 2012, cuando era de algo menos de 60 años.

Figura 3.1. Esperanza de vida al nacer en Benín 2012-2018



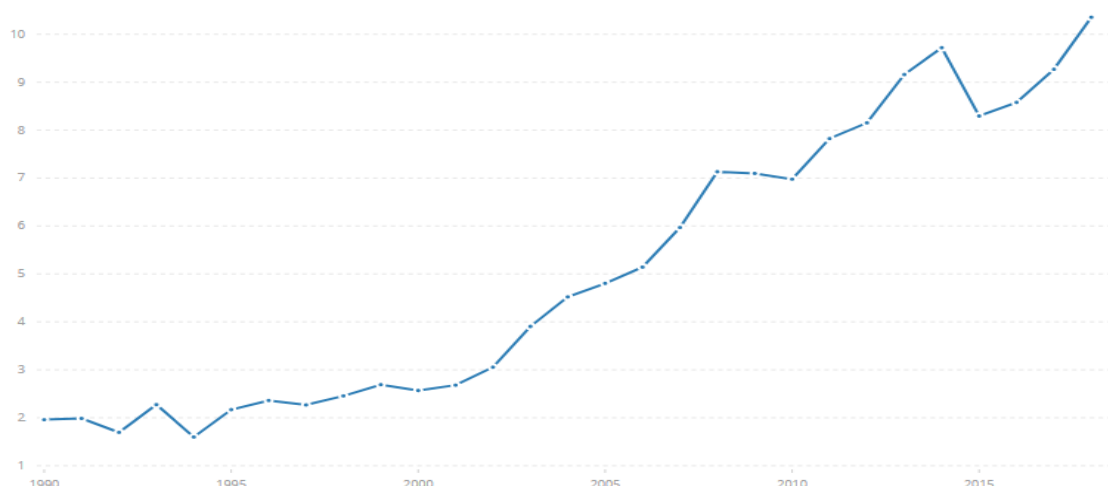
Fuente: Banco Mundial, 2020.

A nivel macroeconómico Benín también muestra signos de una débil progresión. El PIB real por habitante ha aumentado desde 2012, cuando era de 1060 \$ por habitante, ocupando la posición 170 de 201 según el World Economic Bank hasta 2018, cuando se sitúa en casi 1260 \$ por habitante, ocupando la posición 161 de 192 países censados. Asimismo, en 2011 el PIB a precios constantes de dólares estadounidenses, representado en la Figura 3.2, era en Benín de casi 7,824 billones de dólares, mientras en 2018 fue de 10,354 billones de dólares.

Cabe destacar que la economía de Benín está fuertemente relacionada con el comercio de tránsito y la exportación informal con Nigeria, ya que estas actividades cubren aproximadamente un 20% de su PIB. Además, la actividad agrícola es otro de los buques insignia de la economía beninesa.

Como se ha mencionado, la actividad económica se ha acelerado en los últimos años gracias a una intensa actividad portuaria y un sólido sector agrícola impulsado por la producción de algodón. También ha ayudado la diversificación de la economía gracias a la emergencia de sectores exportadores como el de la piña o el anacardo. El crecimiento económico de Benín ha sido posible también gracias al efecto de la inversión pública y al sector servicios, según el Banco Mundial.

Figura 3.2. PIB a precios constantes Benín (billones USA \$) 1990-2018



Fuente: Banco Mundial, 2020.

En lo que se refiere a la balanza comercial de Benín, ésta presenta un déficit (excluyendo donaciones), representando dicho déficit un 8,5% en 2018. En 2018 los productos claves en el sector exportador de Benín fueron el algodón, el anacardo y la piña, mientras que el sector energético y productos petroleros conformaron el grueso de las importaciones.

Respecto a la política monetaria de Benín, la ejercer el Banco Central de los Estados Africanos del Este (BCEAO), donde el Franco CFA de África Occidental es la moneda oficial.

Benín es vulnerable a shocks externos como la amenaza climática⁷ debido a la dependencia de su economía de la agricultura, variaciones en las condiciones de comercio de algodón o aceite y los acontecimientos en Nigeria, ya que es su principal socio comercial al destinarse a Nigeria el 80% de sus importaciones. Esto hace que Benín posea un entorno débil para los negocios, lo que ahuyenta a inversores locales y extranjeros. En este sentido, actualmente Benín ocupa el puesto 153 de 190 países en el informe del Banco Mundial *Doing Business* (Banco Mundial, 2020). Esto puede verse agravado por el hecho de que a el nivel de corrupción sigue siendo otro de los problemas de Benín, ya que ocupa el puesto 85 de 180 países con una puntuación de 4 sobre 10, según el informe de Transparency International “*Corruption Perception Index*” en 2018.

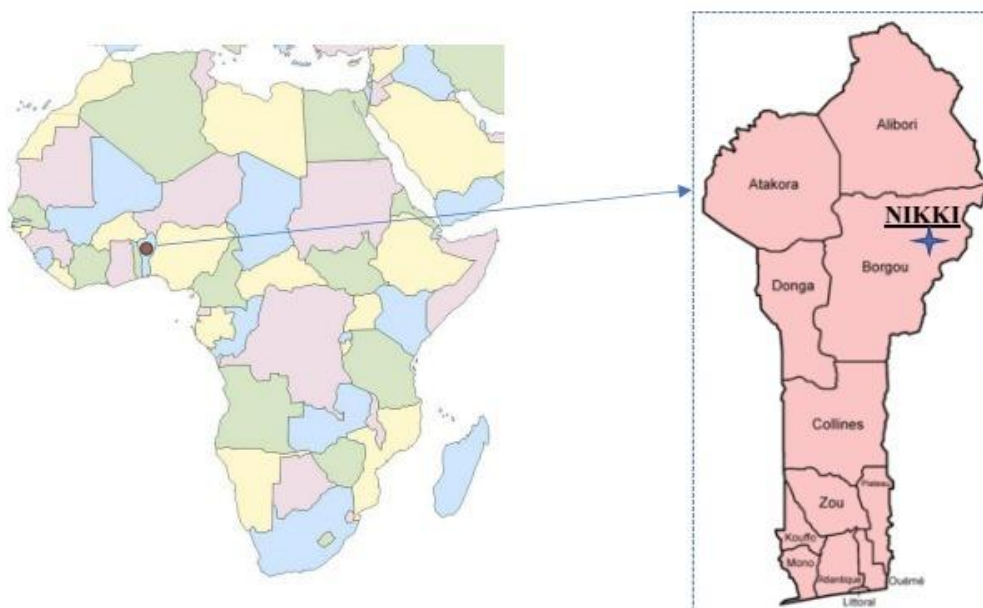
Cabe destacar que el Banco Mundial se encuentra desarrollando un proceso de colaboración con Benín que va de la mano con el plan de desarrollo del gobierno. Este proceso se ha diseñado para el periodo 2018-23 y fue aprobado en julio de 2018. Cubre tres áreas principales: la transformación estructural de la economía para promover la competitividad y productividad del país, la inversión en capital humano y apoyar la resiliencia del país y reducir las vulnerabilidades relacionadas con el clima.

A modo de conclusión, cabe señalar que a pesar del constante crecimiento económico en las últimas dos décadas, la pobreza sigue siendo aún un impedimento para su población. Por ejemplo, entre 2006-2016 el PIB per cápita solo creció un promedio de un 1,6% por año. Asimismo, es reseñable que en los hogares encabezados por mujeres los niveles de pobreza son inferiores a los correspondientes a hogares están encabezados por hombres (28% frente a un 38%). Sin embargo, generalmente en Benín las mujeres sufren la falta de oportunidades laborales y no están representadas en los puestos asociados a la toma de decisiones (The World Bank in Benin, 2020).

Nikki es una de las 77 comunas en las que se divide la República de Benín, repartidas a lo largo de sus 12 departamentos territoriales. Como puede observarse en la Figura 3.3, se encuentra situada al norte de Benín, y es en Nikki donde las cooperativas realizan la recolección de la nuez de *karité* y la producción de manteca de *karité* por parte de las cooperativas. (Bautista Hoyos. E., 2020).

⁷ <https://www.undp.org/content/undp/es/home/ourwork/ourstories/agri--et-aquaculteurs-font-face-au-changement-climatique-au-beni.html>

Figura 3.3. Ubicación geográfica de Nikki



Fuente: Cerebrity y Wikimedia Commons.

Nikki es la región donde se concentra la mayor cantidad de árboles de *karité*, lo que supone una recogida anual de 80.000 toneladas de nueces al año. Como en todo Benín, y como ya se ha puesto de manifiesto en la sección 3.2.1, la economía en Nikki presenta una gran dependencia del sector primario, donde la actividad agrícola es la principal fuente de ingresos. Pese a ello, Nikki es una de las comunas con más dificultades de todo Benín debido a la limitación de acceso a bienes y servicios básicos como sanidad, agua potable, educación y a inclemencias meteorológicas, como las sequías. Por ello, OAN International ha decidido desarrollar su acción de cooperación en Nikki⁸, apoyando la producción y comercialización de *karité* a través del proyecto denominado Nikarit. Asimismo, a partir de los datos presentados en la sección 3.2.1 que señalaban la menor tasa de pobreza en los hogares liderados por mujeres, así como sus dificultades de acceso a la toma de decisiones, OAN International, a través de este proyecto, trata de dar un impulso al empoderamiento femenino en la comunidad, lo que espera que favorezca el bienestar social.

3.3. Proyecto Nikarit

Dentro del comité de políticas sociales de OAN International se encuentra el proyecto de Nikarit, que a través de la venta de manteca de *karité*, que es fabricada por tres cooperativas de Nikki (Monnon, Sansí y Besan Gourou), produce un impacto social. Por un lado, la venta de manteca de *karité* empodera a las mujeres de las cooperativas ya que los ingresos que obtienen hacen que se puedan hacer cargo de sanidad y educación de sus familias, entre otros gastos, así como mejorar su capacidad financiera e independencia.

Por otro lado, la comercialización de *karité* en España fomenta el consumo responsable y ético porque los beneficios obtenidos de su venta son reinvertidos en proyectos de OAN International. En España elaboran manteca de *karité* pura, bálsamo labial y crema de manos con lo exportado de Benín.

⁸ <https://nikarit.es/pages/proyecto>

Un pilar importante del proyecto Nikarit es alcanzar la certificación oficial de CJ para el *karité*, producto para el que apoya su producción y comercialización. El seguimiento de los diez principios del CJ presentados en la sección 2 se espera que tenga las consecuencias favorables para la comunidad, también presentadas en el apartado de consecuencias del CJ que también se describieron en dicha sección. Todo ello, se espera que redunde en la mejora de la economía familiar, favorezca el asociacionismo y promueva la utilización de sus recursos para el beneficio de la comunidad en Nikki.

A pesar de que Benín es un productor mundial notable de manteca de *karité*, es uno de los países más pobres y con menos recursos del mundo. Como ya se ha señalado, en Nikki hay grandes deficiencias a la hora de acceder a recursos básicos como el agua potable, saneamiento o educación. El proyecto Nikarit pretende también unir la creciente demanda de la manteca de *karité* con la oferta de este producto en Benín a través de un modelo de emprendimiento social para así poder servir de apoyo a la comunidad en Nikki.

A continuación, se presentan las fases por las que ha pasado el proyecto Nikarit desde su origen hasta el comienzo de su implementación.

- *Origen 2014-2015*

Análisis de las necesidades. Durante 2014 y 2015 OAN realizó varios viajes para una primera toma de contacto y análisis de las necesidades de Nikki y en especial de las mujeres productoras de manteca de *karité*.

- *Fase de investigación y diseño del proyecto*

Elaboración de una propuesta de proyecto. En el bienio 2015–2016 se elaboró un plan de negocio social para satisfacer la necesidad detectada, conectando la oferta de manteca de *karité* de Benín con su demanda en España.

Investigación en terreno. En 2016 se realizó un estudio en Nikki sobre el mercado de *karité* por un equipo de voluntarios. Además, se empezó a trabajar con las tres cooperativas de *karité* de la comuna de Nikki: Monnon, Besan-Gourou y Sansi Gandó

Testeo del mercado en España y desarrollo de un nuevo modelo. Durante los años 2016 -2017 se desarrolló una campaña que consistió en regalar un bote de manteca de *karité* por cada donación de 5€ a OAN, para poder financiar el proyecto. Se obtuvo los resultados deseados, despertando el interés de empresas, laboratorios, pequeños comerciantes, así como de consumidores finales, que destacan las propiedades curativas e hidratantes de la manteca de *karité*.

Con la ayuda de un Trabajo de Fin de Grado (Vázquez de Miguel, 2016) se desarrolló un nuevo plan de negocio que respondía a la información recogida. También empezó a colaborar con la Consultoría Social de Icade, que hizo un estudio sobre la manteca y sus consumidores en España (Informe fase cualitativa, s.f.). Dentro de este marco de nuevas colaboraciones, la Fundación SEUR, que ofrecía realizar operaciones de logística a bajo coste, y la empresa Muchas Burbujitas, que fabrica cosmética natural de elaboración casera, dieron un nuevo impulso al proyecto.

- *Lanzamiento del proyecto 2017-2018*

Preparación del lanzamiento en Benín, y cierre de acuerdos. OAN cerró varios acuerdos de colaboración en Benín durante el verano de 2017. Primero, llegó a un acuerdo con AKB (Association Karité Benín) y Africa Cargo Services (ACS). AKB es una organización que

promociona a las cooperativas de productoras de *karité* en Benín y ayuda a su agrupación, proporcionando formación y facilitando su acceso a la demanda externa. Por su parte, ACS es una empresa que transporta la mercancía desde Nikki hasta Cotonou, al sur del país. Luego, ACS exporta a Madrid la mercancía y realiza todo el proceso que ello conlleva como pago de impuestos en origen, análisis fitosanitario y varias gestiones administrativas.

Otro importante movimiento realizado por OAN en el verano de 2018 fue el de establecer contacto institucional con el cónsul de España en Benín. Ya en España, se cuenta con Cotransa y sus agentes de aduanas para la retirada de pedidos provenientes de África y gestión de datos administrativos, aduaneros y fiscales.

Finalmente, la Fundación Seur transporta la carga hasta Valladolid, donde está la sede del laboratorio Naay, que es partner estratégico del proyecto, donde la materia prima es almacenada y envasada.

Ventas en España 2017. Desde 2017, OAN obtiene el certificado analítico de Innoagral, laboratorio de la Universidad de Sevilla, con lo que certifica que la manteca de *karité* no está microbiológicamente contaminada y tiene unos valores de PH y densidad dentro de lo establecido. Además, se diseña el etiquetado de la manteca de *karité* y se compran los envases, por lo que ya está todo el proceso realizado para el lanzamiento a la venta su promoción a finales de 2017.

Desarrollo de aplicaciones. A lo largo de 2018 y 2019 en OAN se ha seguido trabajando en el desarrollo de aplicaciones como *AguApp*, una aplicación para móviles que permite la localización y vigilancia de instalaciones hidráulicas. También, teniendo en cuenta que uno de los puntos débiles de Nikki es el acceso a agua potable, a través del proyecto *biofiltro*, en el que se trabaja desde 2016, OAN ha implantado filtros de arena biológicos fabricados con materiales locales para poder filtrar agua y acceder a agua potable. Una de las tareas programadas para el 2019 fue el registro de los filtros en la aplicación *AguApp* para poder hacer un buen seguimiento y mantenimiento de estos.

Proyecto de la red de reparadores de bombas. El proyecto de la red de reparadores de bombas es uno de los pilares del comité de infraestructura, agua y energía de OAN, por el que desde 2016 fomenta la formación teórica y práctica de la población local para que desarrolle las cualidades necesarias para sus futuras construcciones, así como la apertura de una tienda para la venta de las piezas de recambio necesarias. Ya en 2019 el proyecto se ha enfocado en la supervisión de red de mecánicos de bombas y formalizar sus contratos para mejorar sus condiciones de trabajo. Desde sus comienzos, este proyecto ha reparado ya más de 150 bombas de agua, garantizando el acceso al agua a unas 60000 personas (Memoria de actividades, 2019).

4. METODOLOGÍA

En esta sección se presenta la metodología llevada a cabo para evaluar las posibilidades de obtener la certificación de CJ de los productos elaborados con *karité* por las cooperativas de productores en Nikki, Benín y con los que, a su vez, comercializa OAN International. Al ser un trabajo de un alto contenido teórico, la metodología llevada a cabo se ha basado en una profunda etapa de investigación de artículos académicos, tesis, y otras fuentes bibliográficas de relevancia en formato digital.

A partir de la literatura revisada y de la naturaleza del servicio que se presta a OAN International se ha optado por llevar a cabo dos líneas complementarias de evaluación del CJ. En primer lugar, realizar una propuesta de evaluación de acuerdo a lo que el autor de este Trabajo de Fin de Grado considera un método adecuado e ideal de evaluación del CJ, una vez profundizado en su conocimiento a partir de la literatura revisada, de los procedimientos y implementados por organizaciones certificadoras, de consultas a organizaciones de CJ y, sobre todo, de acuerdo, a los principios básicos del CJ que han sido desritos en este TFG. Esta primera aproximación la denominaremos propuesta académica. En segundo lugar, desde el punto de vista práctico del servicio solicitado por OAN International, se selecciona, de entre las opciones de certificación disponibles, aquella que, de acuerdo al contenido de la evaluación, el procedimiento y el coste, se ha considerado más adecuada. En este segundo caso, como se justificará más adelante, la pre-auditoría realizada en este TFG toma como referencia el cuestionario de valoración de WFTO.

4.1. Una propuesta de evaluación del CJ

A continuación, en este TFG se presenta una propuesta sobre cómo valorar los principios básicos del CJ. Cabe recordar que a nivel internacional existen diversas entidades certificadoras que utilizan diferentes cuestionarios de evaluación a la hora de realizar la valoración del CJ. Así, se diferencia de la aplicada finalmente y descrita en la sección 4.2 para la evaluación del proyecto sobre el *karité*, como servicio a OAN International y la realizada en esta sección. Esta propuesta académica no se trata de una preauditoría práctica con el objetivo de la certificación, sino el diseño de una pre-auditoría construida a partir de todo lo asimilado acerca del CJ. La propuesta que se expone es el resultado de (i) la profundización en el conocimiento de los principios del CJ, sus objetivos, causas y efectos revisados en la literatura científica y presentados en la Sección 2, (ii) las consultas y entrevistas realizadas a académicos que han abordado esta cuestión, como el profesor Carlos Ballesteros García de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid y Director de la Consultoría Social empresarial ICADE, a entidades como la WFTO, OXFAM Intermon y la Fundación Vicente Ferrer y, principalmente, (iii) el escrutinio a fondo de tres plantillas de evaluación que vienen utilizándose para la certificación del CJ por parte de WFTO, FLOCERT y ECOCERT.

Con todo lo citado en el párrafo anterior, se ha elaborado un cuestionario donde se exponen 24 requisitos de cumplimiento considerados para la evaluación del CJ y varios criterios, dentro de los propios requisitos, que miden dicha evaluación. El cuestionario incluye 188 preguntas agrupadas en 24 dimensiones, y dada su extensión y la normativa de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo relativa a los TFGs, se ha incluido en el Anexo 1. Como puede comprobarse en dicho anexo, las 24 dimensiones ofrecen una evaluación más amplia del CJ que la propia hecha para la evaluación de la certificación con WFTO. Para empezar, las primeras 10 dimensiones evaluadas se corresponden con los 10 principios de CJ, explicados en la sección 2.3, que evalúa el cuestionario de auditoría de la propia WFTO (WFTO Fair Trade Standard, 2017). Seguidamente, se han añadido tomando como referencia el modelo de auditoría de FLOCERT (Lista pública de Criterios de Cumplimiento, 2020) nuevas dimensiones claves a la hora de dar una mayor consistencia a la evaluación del CJ como la trazabilidad del producto, la cadena de suministro, condiciones más específicas sobre los contratos de trabajo o la sostenibilidad. Luego, tomando como referencia el modelo de auditoría de Ecocert (Norma de Responsabilidad Social y CJ, 2013) se ha abarcado un dominio más externo al relacionado directamente con la producción con dimensiones como la capacidad de asociación de la empresa, el acceso a los recursos, el contrato y la propia calidad de CJ, el apoyo que la empresa hace por el desarrollo, los consumidores y el

compromiso social de la organización. Asimismo, es importante destacar que para la disposición con buen criterio de estas 24 dimensiones, el análisis de las mismas, su posterior selección, así como la eliminación de las dimensiones redundantes de los cuestionarios mencionados que no fueron incluidas, ha sido un pilar fundamental el apoyo de toda la literatura científica revisada y expuesta en las secciones 2 y 3 de este trabajo.

Cada Criterio de Cumplimiento está vinculado con un plazo específico que indica cuándo debe cumplirse. El plazo para el cumplimiento de los criterios varía según el mismo. Si su cumplimiento no se requiere de forma inmediata, se especificará junto al tipo de criterio el plazo establecido.

Hay tres tipos de Criterios de Cumplimiento:

- 1- Criterios Obligatorios: se refieren a los principios de CJ que deben cumplirse en todo momento.
- 2- Criterios Mayores: se refieren a los principios esenciales de CJ. El incumplimiento de un criterio de cumplimiento mayor puede llevar a sanciones de certificación.
- 3- Mejora continua: hacen referencia a la continua mejora que deben demostrar las organizaciones certificadas.

Para cada criterio, se evaluará el nivel de rendimiento de acuerdo con la siguiente lista de cumplimiento

- Rango "0": el criterio no se cumple (No realizado)
- Rango "1": el criterio se cumple parcialmente (Parcialmente hecho)
- Rango "2": el criterio se cumple (Cumple)
- Rango "3": el criterio se cumple, con mejor rendimiento (Hecho mejor, anticipado)
- Rango "4": el criterio se cumple, con rendimiento excepcional (Excelencia)

Cuando se crea que un criterio en particular no aplica a la operación auditada, se puede asignar el siguiente puntaje: N/A-no aplicable-, con una breve explicación de el motivo. Los criterios marcados N/A deben ser excluidos de la puntuación final.

La máxima puntuación disponible para cada criterio se establece junto al mismo. Para algunos criterios no hay una puntuación superior a 2 o 3 (un alto rendimiento no es posible). En el caso de que no se especifique un máximo para la puntuación significa que este criterio opta a la máxima puntuación posible, que es 4 (es posible alto rendimiento)

4.1.1. Medición de los resultados de la propuesta

A través de la puntuación de los distintitos criterios evaluados se obtiene el cálculo de dos porcentajes

a- Cumplimiento:

$$\frac{N^{\circ} \text{ de puntos obtenidos en criterios aplicables}}{N^{\circ} \text{ de criterios aplicables} \times 2} \times 100 = \% \text{ de cumplimiento}$$

*En esta fórmula no se tienen en cuenta los criterios de mejora continua.

En base a este cálculo, la organización obtendrá un porcentaje de cumplimiento del 100% si la media del “Nº de puntos obtenidos en los criterios aplicables” da como resultado dos, que es equivalente a un “se cumple” según los parámetros del cuestionario. Una puntuación media del “Nº de puntos obtenidos en los criterios aplicables” superior a dos daría como resultado un porcentaje de cumplimiento superior al 100%, lo que significaría que la media de los requisitos aplicables se cumple con mayor suficiencia.

El número dos en el denominador se utiliza debido a que la puntuación mínima para aprobar un requisito es de dos puntos, por lo que en el caso de que todos los requisitos estuvieran aprobados con la mínima nota el resultado sería dos, que equivale a 100% de cumplimiento. A partir de ahí, si la media de puntuación es superior a dos, el nivel de cumplimiento sería superior al 100%.

b- Rendimiento

$$\frac{\text{Nº de puntos recibidos en criterios aplicables}}{\text{Suma de puntuación máxima de los criterios}} \times 100 = \% \text{ de rendimiento}$$

Teniendo en cuenta esta fórmula, la organización evaluada obtendrá un rendimiento del 100% si se logra la máxima puntuación en todos los criterios. Por otro lado, si no se logró la puntuación más alta en todos los criterios, la puntuación será menor del 100%.

4.1.2. Evaluación del resultado

Se considera que el evaluado obtendrá un buen resultado en cuanto al uso del CJ en sus productos cuando:

- Todos los criterios de carácter obligatorio son cumplidos y, cuando este no sea el caso, se han resuelto con éxito los incumplimientos.
- El porcentaje de cumplimiento es igual o mayor al 80% (hasta el segundo año).
- El porcentaje de cumplimiento es igual o mayor al 100% (a partir del tercer año).

4.2. Certificación de CJ

Como propuesta de carácter vinculante y a efectos de evaluar las posibilidades reales de OAN Internacional de obtener la certificación de CJ en sus productos, se ha procedido a realizar una preauditoria basada en el modelo de la entidad certificadora de la Organización Mundial de CJ, WFTO. Nuevamente, por razones de espacio, la plantilla de certificación de WFTO se ha trasladado al Anexo 2.

Esta elección se ha realizado tras un análisis económico y de viabilidad previo de esta y otras opciones, ya que a nivel internacional existen varias entidades certificadoras. Aparte de la mencionada, se consideraron las opciones de la certificadora FLOCERT, que es la certificadora de la organización sin ánimo de lucro FairTrade International, y la certificadora independiente Ecocert.

En la elección de la certificadora de WFTO ha sido determinante el precio, así como la mayor sencillez de los procedimientos asociados a la certificación. El coste asociado a la certificación combina dos conceptos: (i) una tasa en concepto de membresía y (ii) una cuota pagada con una cierta periodicidad. Por un lado, la tasa de solicitud de membresía de WFTO es de 100 € para organizaciones con un volumen de negocio inferior a 135.000€, como es el caso de OAN. Asimismo, la cuota anual para organizaciones de este tipo es de 400€, a los que hay que sumar

una tasa adicional de 100 € por la zona geográfica de donde procede el producto, África en este caso, lo que en total supone un precio anual de 500€ por certificar con WFTO. a lo que hay que añadir los 100€ de solicitud de membresía.

En el caso FLOCERT el precio es sensiblemente más alto. En primer lugar, la tasa de aplicación para ser miembro es de 565€, mucho más elevada que la de WFTO. La cuota de certificación es de 810 € y las tasas adicionales, 680€. La ventaja en este caso es que el precio de la cuota de certificación y las tasas adicionales se pagan una vez cada tres años, pero aun así, la opción de WFTO sigue siendo más económica para la organización.

Finalmente, la posibilidad de elegir a Ecocert como empresa certificadora fue descartada debido a la dificultad para acceder a su información presupuestaria y también a la complejidad burocrática para solicitar la membresía.

4.2.1. Sistema de certificación de CJ WFTO

Según expone el manual del sistema de garantía de WFTO (Guarantee System Handbook, 2019) el estándar de la WFTO ha sido desarrollado con criterios de cumplimiento para cada uno de sus diez Principios de Comercio, expuestos en el punto 2.3. Este sistema se basa en la realización de auditorías externas, unidos a un sistema de autoevaluaciones periódicas y un sistema de vigilancia asignado a cada miembro comercial.

El sistema de garantía de la WFTO tiene en cuenta diferentes niveles de riesgo para la reputación de la WFTO (tales como el tamaño, la complejidad de la operación o el uso del Sello) y, por lo tanto, todos los miembros comerciales son regularmente evaluados para establecer un nivel de riesgo que determine su calendario de vigilancia (los de mayor riesgo serán evaluados de forma más frecuente).

Asimismo, el sistema de garantía WFTO hace hincapié en los sistemas de vigilancia interna de las cadenas de suministro de todos los miembros comerciales de la organización, lo que dará garantía de que esos productos son de CJ.

4.2.2. Categorías de miembros

Dentro de WFTO se contempla dos categorías de miembros:

a- Miembros provisionales

Las entidades que son inicialmente aprobadas como miembros después de presentar la solicitud de membresía y documentos requeridos. Luego, es necesario que complemente una autoevaluación y que cumplan con el procedimiento de auditoría de WFTO para convertirse en miembros garantizados.

Los miembros provisionales no están habilitados a usar la marca WFTO en sus productos o hacer promoción del uso de la misma.

b- Miembros garantizados

Son los miembros de WFTO, una vez cumplidos todos los requisitos, con pleno derecho. Pueden ser:

- Organizaciones comerciales (FTO)
- Organizaciones de apoyo al CJ (FTSO)

- Organizaciones de la Red de CJ (FTN)

Los miembros garantizados que sean sancionados por incumplimiento del pago de tasas, el no cumplimiento de obligaciones de vigilancia o no cumplan los principios de CJ de WFTO pueden.

4.2.3. Sistema de garantía WFTO

El sistema de garantía de WFTO se asegurará de que los miembros de WFTO cumplen con los Principios de CJ expresados en los estándares de WFTO. Para ello, los tres componentes con los que WFTO cuenta para el cumplimiento de sus principios son:

1. Autoevaluación cada 2 o 3 años.
2. Auditorías de seguimiento por un auditor de WFTO cada 2-6 años dependiendo del nivel de riesgo categoría de riesgo.
3. Visitas de compañeros nominados por el miembro: cada 2 - 6 años dependiendo del riesgo categoría.

Todos los miembros de WFTO son asignados a una categoría de riesgo (bajo, medio o alto) en función de la complejidad, escala y control de sus operaciones. El nivel de riesgo es asignado inicialmente usando una herramienta de evaluación de riesgo de WFTO y ajustado a lo largo del tiempo dependiendo de los resultados de auditorías y visitas.

Como se muestra en la Tabla 4.1, el nivel de riesgo de un miembro influye en la frecuencia de las auditorías y visitas.

Tabla 4.1. Ciclo del sistema de garantía para miembros comerciales de WFTO

	Riesgo Bajo	Riesgo Medio	Riesgo Alto
Autoevaluación	Cada 3 años	Cada 2 años	Cada 2 años
Auditoría de seguimiento	Cada 6 años (alternando con las visitas)	Cada 4 años (alternando con las visitas)	Cada 2 años (alternando con las visitas)
Visitas	Cada 6 años (alternando con auditorías)	Cada 6 años (alternando con auditorías)	Cada 6 años (alternando con auditorías)

Fuente: WFTO Guarantee System Handbook, 2019.

4.2.4. Solicitar membresía a WFTO

Para convertirse en miembro de WFTO, la entidad interesada tendrá que descargar la siguiente información requerida de la web de WFTO⁹. Los documentos son:

- Procedimiento de solicitud y tasas de solicitud
- Explicación de las categorías de miembros y quién puede solicitarlas
- Categorías de cuotas de membresía
- Código de práctica de la WFTO (11.2.4)
- Secciones pertinentes del Manual del Sistema de Garantías
- Formulario de perfil para nuevos miembros (11.1.1a)
- Estándar WFTO

⁹ <https://wfto.com/members-and-products/how-to-join-wfto>

- Contrato de Membresía de la WFTO (11.2.9) - proporcionado por la Oficina Global después de la aprobación

El solicitante deberá rellenar el formulario de perfil de la WFTO y presentar todos los documentos solicitados, incluyendo el Código de Práctica de la WFTO firmado, a la Oficina de la WFTO.

4.2.5. Preauditoria OAN International

Siguiendo la guía de los estándares de WFTO para el cumplimiento de sus Principios de CJ (WFTO Fair Trade Standard, 2017) se ha procedido a realizar una evaluación de la Organización No Gubernamental OAN International, a modo de preauditoria, para valorar sus posibilidades reales futuras de obtener la certificación y el etiquetado de CJ para sus productos. Para ello, a través de videollamada por la aplicación *Google meet* se ha cumplimentado el cuestionario de evaluación de los estándar de WFTO de en dos sesiones de dos horas de duración cada una, con los miembros de OAN Beatriz Vázquez de Miguel y Ángela Hidalgo-Barquero Jiménez. Asimismo, en algunos casos ha sido necesario realizar consultas concretas a la sede del proyecto en Nikki (Benín).

5. ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO DEL PROYECTO NIKARIT

En esta sección se procede al análisis de los resultados de la evaluación de CJ a OAN International. Por un lado, en el apartado 5.1 se realiza el análisis de la entidad mediante la propuesta previamente definida en la sección 4.1 de este trabajo de fin de grado. A continuación, en la sección 5.2 se muestran los resultados de la evaluación orientada a la certificación de OAN International con WFTO.

5.1. Análisis de la propuesta académica

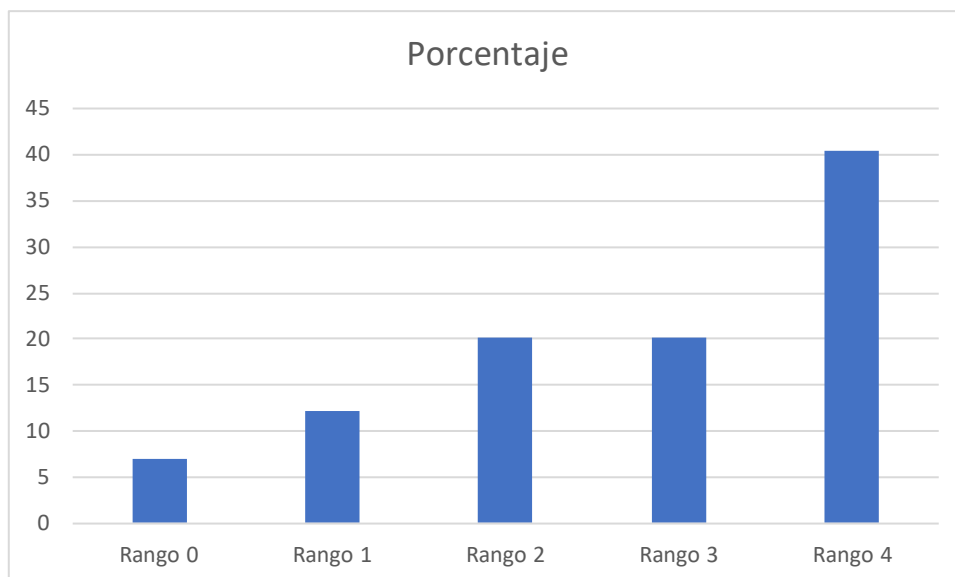
En este apartado se procede al análisis de los resultados de la preauditoría realizada a OAN International utilizando la propuesta realizada por el autor de este trabajo de fin de grado, previamente definida en la sección 4.1. En este sentido, se ha llevado a cabo un estudio de cada una de las 24 dimensiones que conforman dicha propuesta, también explicadas en la sección 4.1, y con la que se hace una valoración global y más profunda sobre el cumplimiento del proyecto Nikarit de OAN International de los principios que definen el CJ. Las 24 dimensiones y las respuestas a cada uno de los criterios que las conforman se encuentran en el Anexo 1 de este trabajo de fin de grado. Los resultados obtenidos se han estructurado siguiendo un orden lógico y también estableciendo una relación coherente entre los mismos.

En primer lugar, se analizará de manera global los resultados obtenidos por OAN International de forma que esta primera información ayude a profundizar más adelante en las distintas dimensiones analizadas.

Tras inspeccionar y escrutar las 24 dimensiones y 188 criterios de la propuesta, OAN International presenta unos resultados globales satisfactorios, con un porcentaje de cumplimiento de casi un 140 %, por lo que atendiendo a este resultado la organización actualmente aplica y fomenta con notable calidad las prácticas de CJ. Esto significa que, como el valor del 100% significa el cumplimiento de los principios del CJ, globalmente se alcanza una puntuación un 40% superior a ese umbral Asimismo, el grado de rendimiento obtenido por la oenegé fue de aproximadamente un 75%, por lo que la eficacia en la aplicación de sus prácticas también es elevada. A partir de la

explicación de este indicador presentada en la Sección 4, este resultado se traduce en que en términos medios se alcanza una calificación notable, aproximándose al Rango 3, quedando un margen para alcanzar globalmente la excelencia de un 25%.

Figura 5.1. Análisis de los 188 criterios de CJ evaluados a OAN Internacional (%)



Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse en la Figura 5.1, de los 188 criterios analizados, OAN obtuvo una puntuación de 4 en 76 de ellos, lo que supone la excelencia en un 40% de los criterios examinados. También, la entidad obtuvo una puntuación de cumplimiento satisfactorio en otros 76 criterios evaluados, 38 de ellos con una puntuación de 3, un 20%, y otros 38 con una puntuación de 2. De esta manera, OAN no superó 39 de los 188 criterios analizados, el 20%, de los cuales obtuvo una puntuación de 1 en 23 de ellos, en los que está trabajando actualmente y se encuentran en proceso de mejora. Finalmente, se obtiene una puntuación de no cumplimiento en 13 criterios.

Tabla 5.1. Distribución de los rangos de valoración de las dimensiones de CJ analizadas por frecuencia (%)

Dimensiones	Distribución de rangos de valoración por frecuencia (%)				
	Rango 0	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 4
Dimensión 1. Oportunidades para productores con desventajas.	-	-	40,0	-	60,0
Dimensión 2. Transparencia.	-	16,7	66,6	16,7	-
Dimensión 3. Prácticas de Comercio Justo.	20,0	30,0	-	10,0	40,0
Dimensión 4. Pago justo.	-	25,0	62,5	12,5	-
Dimensión 5. No existencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.	-	75,0	-	-	25,0
Dimensión 6. No discriminación, igualdad de género y libertad de asociación.	18,2	-	9,1	27,3	45,4
Dimensión 7. Condiciones de trabajo dignas.	12,5	75	12,5	-	-
Dimensión 8. Proporcionar el Desarrollo de Capacidades.	50,0	-	50,0	-	-
Dimensión 9. Promoción del Comercio Justo.	-	40,0	-	60,0	-
Dimensión 10. Respeto por el medio ambiente.	75,0	25,0	-	-	-
Dimensión 11. Certificación.	-	-	30,0	10,0	60,0
Dimensión 12. Trazabilidad.	5,0	10,0	15,0	10,0	60,0
Dimensión 13. Suministro.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Dimensión 14. Contratos.	-	50,0	25,0	-	25,0
Dimensión 15. Manejo ambiental.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Dimensión 16. Sostenibilidad, biodiversidad y tratamiento de residuos.	-	-	20,0	-	80,0
Dimensión 17. Potencial de desarrollo.	14,3	28,6	-	42,9	14,3
Dimensión 18. Buenas prácticas empresariales & Asociaciones.	-	-	15	-	85,0
Dimensión 19. Acceso a recursos.	18,1	-	36,4	36,4	9,1
Dimensión 20. Contratos de Comercio Justo.	7,7	-	15,4	69,2	7,7
Dimensión 21. Calidad de la asociación de Comercio Justo.	-	-	11,1	33,3	55,6
Dimensión 22. Apoyo al desarrollo.	-	-	12,5	75,0	12,5
Dimensión 23. Consumidores.	-	20	20,0	20,0	40,0
Dimensión 24. Compromiso con la sociedad y el desarrollo.	-	-	7,7	7,7	84,6

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 5.1 se presenta una síntesis más detallada de los resultados, mostrando la distribución porcentual de las puntuaciones alcanzadas por dominios. En este sentido, en la primera, referida a las oportunidades que OAN ofrece a productores con desventajas, el resultado es más que satisfactorio ya que cumplen todos los criterios de esta dimensión sin ningún problema, donde el 60% de los criterios han sido valorados con la máxima puntuación. Asimismo, cabe destacar que OAN no posee unos estatutos propios donde realizan una declaración de su misión pública, evaluada en el criterio 1.1 del anexo 1. Sin embargo, en la web de su proyecto *Nikarit*¹⁰ se presenta de forma clara su misión de reducción de la pobreza a través del comercio y el compromiso de mejorar el nivel de vida de la comunidad y los productores en Nikki. También, como muestra del compromiso social de OAN, en el criterio 1.4 evaluado del citado anexo se la ha otorgado la máxima valoración ya que los pedidos realizados en su web son distribuidos por la empresa Koiki, cuyos valores se centran en el respeto por el medio ambiente y la integración laboral de personas con discapacidad.

En cuanto a su nivel de transparencia, la organización cumple con los mínimos, aunque tiene algunas carencias en el criterio 2.2, acerca de dar información transparente, ya que, en su web, donde hacen pública su información comercial mencionan la cadena de suministro, pero no han publicado de forma clara todo lo relacionado con ella o los requisitos de afiliación. Asimismo, es notorio que OAN disponga de la aplicación *Contoan* donde se monitorizan los gastos e ingresos de la organización y se puede comprobar y ver en un “*dashboard*” o interfaz gráfica en lo que gasta cada uno de sus ingresos de forma detallada (criterio 2.1). Si bien OAN International toma decisiones participativas (criterio 2.4) y su etiquetado refleja su labor social (criterio 2.5), no ha

¹⁰ <https://nikarit.es/pages/proyecto>

dejado constancia por escrito de esto, por lo que, según comentado en una de las entrevistas mantenidas con los miembros de OAN están trabajando en mejorarlo.

En relación con las prácticas comerciales de CJ, evaluadas en la dimensión 3, destaca que el 50% de los criterios no han sido superados por OAN, debido a que a efectos prácticos aún no se encuentran ejerciendo la certificación y están en una fase previa. Por ejemplo, si la manteca se encuentra en mal estado toman decisiones para que los productores no resulten perjudicados en la compra, pero no tienen un sistema establecido para ello (criterio 3.6). Otro aspecto a mejorar relacionado con su política de abastecimiento (criterio 3.10) es la procedencia de todas las materias que conforman la producción de OAN, ya que desconocen el origen y procedencia los envases y etiquetas de la manteca procesada en Benín. Según conversación mantenida con miembros de OAN creen que su procedencia es Burkina Faso, pero no están seguros de ello.

Una de las piedras angulares de este proyecto y de la certificación de CJ es el Pago Justo que se realiza a lo largo de la cadena de valor de la producción de manteca de *karité*, desde su recolección en los campos de Nikki hasta su venta en España, pasando por sus distintos intermediarios. Los resultados de esta dimensión son intermitentes, debido a que, aunque la mayoría se cumplen, el 25% no, estando la organización actualmente en proceso de mejorarlos. Por ejemplo, en OAN se han realizado estudios en Nikki para conocer el coste real del nivel de vida, pero no han aplicado las herramientas de certificadoras como WFTO para calcularlo, por lo que este es punto clave a mejorar para la implementación efectiva de este principio del CJ (criterio 4.1). También, las desigualdades estructurales existentes en algunas relaciones comerciales, como el nivel de analfabetismo de la población en Nikki es notoria, por lo que esto dificulta el flujo de información hacia los productores (criterio 4.5), aunque en OAN cuentan con un intérprete local en Nikki para facilitar estas labores.

Los precios pagados por OAN a sus productores están por encima de lo que acostumbran a recibir por su producción en Nikki, como así transmitía Ángela Hidalgo-Barquero Jiménez en la entrevista mantenida por *Google meet* (Criterio 4.8). Aun así, se le sugirió a la organización en dicha entrevista el realizar un estudio sobre el precio medio del *karité* no distribuido por OAN para constatar dichas cifras.

Otra de los principios en los que OAN destaca es en el no empleo de trabajo infantil o forzoso en la elaboración de la manteca de *karité*, donde la oenegé cumple con el 100% de los criterios que son tratados en la dimensión , ya que todas las partes de la cadena de valor ha sido supervisada por los miembros de OAN, ya sea por visitas de sus miembros a los campos de recolección de *karité* en Nikki o las cooperativas, como por el resto de los proveedores en España. Muy relacionado con esto y ya en la dimensión 6, se trata la no discriminación, igualdad de género y libertad de asociación, donde los resultados muestran que el proyecto Nikarit cumple con solvencia. Hay que destacar que el proyecto Nikarit se concibe precisamente para favorecer la situación de las mujeres, lo que, tal y como se constató en la sección 3, redundará en beneficios para toda la comunidad. En este caso sólo en un 20% de los criterios no parece alcanzarse la suficiencia por parte de la entidad. En concreto, el proyecto Nikarit no cuenta con un plan y política para potenciar la democratización de hombres y mujeres en sus organizaciones (criterio 6.4) ni tampoco cuenta con un sistema para la denuncia confidencial de cualquier tipo de abuso o la violencia en su cadena de valor (criterio 6.6).

En lo que concierne a condiciones de trabajo dignas, la séptima dimensión analizada en el anexo 1, hay varios aspectos que son susceptibles de mejora. En este sentido, actualmente en el

proyecto Nikarit no se realiza una evaluación de riesgos de sus actividades ni registran los accidentes relacionados con su trabajo, analizándolos e implementando medidas que les permitan mejorar esos aspectos (criterio 7.1). Sin embargo, a pesar de que tienen una valoración no favorable en el criterio 7.2, a lo largo de 2020 van a hacer una formación en buenas prácticas para la recogida de la materia prima y le van a proporcionar material a los trabajadores, según informó OAN a través de una de las entrevistas realizada. Otro de los criterios a mejorar es el del registro de las horas de trabajo. Asimismo, uno de los aspectos en los que trabajan desde el proyecto Nikarit para mejorar es en la concesión de una seguridad social mínima a sus trabajadores (criterio 7.6), ya que están constituidos en Benín como la asociación OAN Nikki.

En la dimensión 8, se alcanza el cumplimiento básico en el 50% de los criterios. En este sentido, un aspecto a estudiar en el proyecto Nikarit como se aprecia en los resultados presentados en el Anexo 1 es el de educar y transmitir los valores de CJ a toda su cadena comercial a través de formaciones o algún método de enseñanza, extendiendo así a otros *stakeholders* la formación que vienen desarrollando desde su fundación a los miembros de las cooperativas de productores. Cabe destacar que OAN promueve los valores de conciencia social y relacionados con el CJ, mencionados en la dimensión 9, como el empoderamiento de la mujer o la erradicación de la pobreza, mediante un procedimiento de marketing honesto en su web. Por su parte, en esta misma dimensión donde el grado de cumplimiento es del 60% destaca que OAN no cuenta con un sistema de membresía creíble para verificar que sus miembros cumplen con sus criterios de membresía, cuestión en la que trabajan en la actualidad.

En lo relativo al respeto por el medio ambiente el proyecto Nikarit muestra resultados claramente a mejorar, ya que no cuenta con una política explícita para minimizar los impactos ambientales de su actividad, ni por el momento trabaja con sus productores y/o trabajadores a domicilio para asegurarse de que estén capacitados en buenas prácticas ambientales (criterios 10.2 y 10.1), ni tampoco los capacita en buenas prácticas ambientales (criterio 10.4). Sin embargo, cabe resaltar que la actividad de la cadena de valor de los productos con los que comercializa OAN no producen daños ambientales ya que los árboles donde crece la nuez de *karité* son zonas silvestres en las que no se altera el uso del suelo con ningún componente químico y tampoco en el proceso de elaboración de manteca de *karité* se generan residuos ni se daña el medio ambiente, ya que es un proceso totalmente artesanal. Asimismo, hay que destacar que los criterios evaluados en la dimensión 10 (Respeto por el medio ambiente) son de mejora continua y están orientados a la aplicación de estos métodos en el tiempo.

En cuanto a la dimensión 11, de índole más burocrática y que trata el proceso de certificación, OAN cumple de manera notoria con los criterios. Cabe mencionar que el criterio 11.9 ha sido considerado de no aplicación ya que en Nikki no existen disputas ni reclamaciones por la propiedad¹¹ de la tierra donde se encuentran los árboles de *karité*, ya que están protegidos y son propiedad del estado según informó Beatriz Vázquez en la entrevista mantenida. También cabe destacar que, los productores que hacen trabajos para la organización no trabajan para ella todo el año, sino cuando por necesidad de materia prima OAN recurre a ellos, normalmente una vez al año y, eso supone para ellos una fuente de ingresos adicional su actividad laboral (criterio 11.11).

¹¹ Dentro de esta dimensión y en relación con la entrevista mantenida con Beatriz Vázquez, comentó que en su estancia en Nikki realizando un voluntariado para OAN International le preguntó a una persona local sobre la propiedad de la tierra y esta le respondió que “La Tierra es de Dios”, dando a entender la ausencia de propiedad en la cultura local.

En lo relacionado al proceso de evolución del producto que comercializa OAN International o su trazabilidad, la oenegé cumple con excelente resultado la mayoría de los criterios evaluados, como refleja que el 60% de los 20 criterios evaluados obtuvieron la excelencia. Únicamente, el 15% de los criterios aún no han sido superados por la organización en esta dimensión. Relacionado con esto y según comentó OAN en una de las reuniones mantenidas, se vende sus productos en España por debajo del precio medio de mercado (criterio 12.9), por lo que uno de los requisitos indispensables para establecer el certificado de CJ como es el establecimiento de un precio mínimo y un pago justo estarían siendo incumplido, como se menciona en el principio cuatro del apartado 2.3.

Otro aspecto para mejorar, pero en el que actualmente están trabajando en OAN es en el procesamiento y entrega del producto en el mismo sitio (criterio 12.15). Actualmente la manteca de *karité* es producida y empaquetada en Benín, luego es enviada a España donde es procesada en el laboratory Naáy, en Valladolid. Esto se hace así porque las condiciones que se dan actualmente en Benín no cumplen con los estándares de la Unión Europea en lo relativo al procesamiento del producto, según es señalado desde OAN. Sin embargo, la Asociación de *Karité* de Benín está planteándose el hacer un laboratorio allí que subsanaría este problema para OAN, ya que de producirse han mantenido conversaciones para crear una asociación.

En cuanto a los suministros, que son tratados en la dimensión 13, el único criterio de evaluación que se trata en esa dimensión no ha sido considerado de aplicación porque evalúa la venta de productos de CJ anterior a la certificación inicial y se considera que su peso en la investigación de cara a evaluar el CJ no es significativo.

En materia de contratos, recogido este aspecto en la dimensión 14, el proyecto Karité alcanza la suficiencia en un 50% de los criterios. Cabe señalar que OAN no tiene un contrato de compra con las cooperativas productoras de manteca de *karité* en Nikki ya que normalmente la frecuencia de compra es de una vez al año o según necesidades de producción y en cantidades grandes (cientos de kilogramos). En lo referido a esto, OAN mantiene un pacto verbal basado en la relación de confianza con las cooperativas.

La dimensión número 15 sobre el manejo ambiental ha sido finalmente descartada para su evaluación debido a que como se ha mencionado anteriormente en esta sección las plantaciones de árbol de *karité* en Benín son silvestres y no están sometidas a ningún tipo de manipulación externa más allá del agua que reciben de la propia lluvia, por lo que evaluar, por ejemplo, el uso de plaguicidas en ellas no es consecuente.

En lo referido a sostenibilidad, biodiversidad y tratamiento de residuos, evaluada en la dimensión 16, la oenegé cumple con notoriedad, siendo uno de sus puntos fuertes, ya que supera el total de los criterios escrutados y el 80% de los mismos cumplen con excelencia. Merece destacarse que, por ejemplo, OAN hizo gestiones para la construcción de un pozo de agua en el pueblo de Sansi-Gando, en Nikki¹², lo que ha cambiado la vida a las personas del pueblo que gracias a esta acción pueden acceder a agua potable. También hay que destacar que uno de los patrones de actuación de OAN International es el estudio previo de necesidades en los pueblos en los que actúa, para así ejercer un mayor impacto positivo en la zona en que actúan.

Uno de los rasgos distintivos de OAN como entidad social es que también realizan labor divulgativa y de formación. En Nikki a través de su intérprete local Lamatou, OAN hace charlas de

¹² <https://www.oaninternational.org/proyectos-anteriores.html>

sensibilización en los pueblos de las cooperativas para asesorar a los lugareños sobre el buen uso del agua (criterio 16.2). También, en esta dimensión, hay que destacar la no generación de residuos en la actividad productiva de OAN, de ahí que se haya considerado de no aplicación del criterio 16.12.

En cuanto al potencial de desarrollo, es decir, la dimensión 17, hay que resaltar que la acción de la ONG ha hecho que el ingreso de las cooperativas se haya elevado de forma considerable (criterio 17.5). Incluso en la entrevista mantenida con Ángela Hidalgo-Barquero, residente en Nikki por un período de 6 meses, comentaba la sorpresa de los trabajadores de las cooperativas al conocer el volumen de ingresos que OAN ofreció por su trabajo.

Respecto a la dimensión 18, que pone la atención en la práctica de buenas acciones empresariales, OAN cumple con excelencia, obteniendo la máxima valoración en 17 de los 20 criterios analizados, el 85% según se observa en la Tabla 5.1. Como muestra de ello, entre otros motivos para sus acciones empresariales OAN ha elegido pueblos que no tienen fácil acceso al mercado (criterio 18.4) o paga a precios por encima de lo establecido (criterio 18.18). Únicamente, en lo referente a los productores que dan acceso a los recursos a OAN International, se observan situaciones a mejorar ya que estos no son objeto de inspección social y ambiental (criterio 19.9) ni tampoco tienen registro de márgenes de beneficio para comprobar si son o no superiores a los de las actividades similares en la zona.

En cuanto a lo relacionado con contratos de CJ, OAN cumple la mayoría de los criterios de esta dimensión, ya que a nivel global paga a precios superiores a sus productores y en debidos plazos. Relacionado con esto y evaluado en la dimensión 21, la calidad de la asociación de CJ de OAN es excepcional, ya que cumple con rigor criterios y cuida aspectos como la visita a sus productores, la comunicación con estos, así como el establecimiento de plazos flexibles para cualquier acción comercial.

Como se observa en la evaluación de la dimensión 22, uno de los puntos fuertes de OAN es el apoyo al desarrollo, ya que la oenegé tiene un fondo de desarrollo y sus beneficios son reinvertidos en proyectos de desarrollo, como el de Nikarit.

En lo referido al consumidor final, OAN destaca en el cuidado consumidor, ya que ofrece productos no perjudiciales para la salud y que potencian su cuidado, crea conciencia a través de sus acciones o campañas. Asimismo, como se comenta en esta sección y se observa en la evaluación del criterio 23.4, actualmente OAN está trabajando en ofrecer una descripción detallada de cada una de sus cadenas de suministro de CJ a través de su sitio web.

También, uno de los rasgos de la acción de OAN, como se puede observar en el 100% del cumplimiento de esta dimensión en la Tabla 5.1, es su elevado compromiso con la sociedad y el desarrollo. En este sentido se observa que siempre antes de realizar acciones sobre las poblaciones en las que pretenden actuar tratan de que tanto las personas que viven en el pueblo como las cooperativas del mismo les comuniquen las necesidades, evitando actuar así de forma paternalista (criterio 24.1). De esta manera, OAN también trabaja para que sus productos se vendan a nivel local y no solo en el mercado exportador (criterio 24.5), ya que como se señaló en una de las reuniones mantenida con OAN, actualmente la mayoría del *karité* en bote que se vende en Benín procede de Burkina Faso.

Respecto al apoyo al empleo local (criterio 24.7) hay que notificar que OAN, en colaboración con organismos locales, ha formado una red de reparadores de bombas y ha creado una aplicación

para localizar los pozos de agua *AguApp*. También, como apoyo a la red de reparadores ha colocado una tienda de material para las reparaciones (Memoria de Actividades, 2019).

5.2. Análisis de la propuesta de certificación con WFTO

A efectos de evaluar las posibilidades reales de obtener la certificación de CJ de WFTO en los productos con los que comercializa OAN International, en esta sección se muestran los resultados de la pre-auditoría y el análisis realizado a la organización, cuyo informe completo se encuentra, en el Anexo 2. En este caso, WFTO organiza los 67 criterios que evalúa, en los diez principios del CJ.

Si bien hay algunos criterios de carácter obligatorio y que OAN International actualmente no cumple, por lo que impedirían la certificación actualmente, estos sólo son 5 de los 64 evaluados. Por ello, se observa que el proyecto Nikarit presenta las condiciones generales y el potencial de la organización para conseguir el certificado en sus productos. Asimismo, hay otros criterios evaluados que no se cumplen que son clasificados como de mejora continua y obligatorios en años posteriores al primero, por lo que no supondrían un problema para obtener la certificación.

Tabla 5.2. Análisis de los principios 1-5 de CJ de WFTO

Principio 1. Oportunidades productores en desventaja	Cumple	Tipo
1.1 Misión.	SÍ	OBLIGATORIO
1.2 Responsabilidad de la dirección superior.	SÍ	OBLIGATORIO
1.3 Enfoque en los productores marginados.	SÍ	OBLIGATORIO
1.4 Compromiso de mejorar las condiciones.	SÍ	MEJORA CONTINUA
1.5 Negocios éticos.	SÍ	OBLIGATORIO
Principio 2. Transparencia	Cumple	Tipo
2.1 Organización y gobierno.	SÍ	OBLIGATORIO
2.2 Transparencia.	NO	OBLIGATORIO
2.3 Comunicación y retroalimentación.	SÍ	MEJORA CONTINUA
2.4 Toma de decisiones participativa.	SÍ	MEJORA CONTINUA
2.5 Etiquetado de productos y declaraciones.	SÍ	OBLIGATORIO
2.6 Reclamaciones miembros de las FTN.	SÍ	OBLIGATORIO
Principio 3. Prácticas de Comercio Justo	Cumple	Tipo
3.1 Acuerdos comerciales.	NO	OBLIGATORIO
3.2 Respetar los acuerdos.	SÍ	OBLIGATORIO
3.3 El pago.	SÍ	OBLIGATORIO
3.4 Prefinanciación.	NO	OBLIGATORIO (pago antic.)
3.5 Uso de los prepagos.	NO	OBLIGATORIO
3.6 Problemas de calidad y compensación.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
3.7 Relaciones a largo plazo.	SÍ	OBLIGATORIO
3.8 Competencia desleal.	SÍ	OBLIGATORIO
3.9 Identidad cultural.	SÍ	MEJORA CONTINUA
3.10 Política de abastecimiento.	NO	MEJORA CONTINUA
Principio 4. Pago justo	Cumple	Tipo
4.1 La escala de salarios de la vida local.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
4.2 Costo del producto.	SÍ	OBLIGATORIO 4º AÑO
4.3 Una parte justa del precio al consumidor.	SÍ	OBLIGATORIO 4º AÑO
4.4 Proceso de negociación justa.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
4.5 Información y capacitación.	SÍ	MEJORA CONTINUA
4.6 Salario mínimo.	SÍ	OBLIGATORIO 2º AÑO
4.7 Salarios de vida locales.	SÍ	MEJORA CONTINUA
4.8 Precios justos para sus productores.	SÍ	MEJORA CONTINUA
4.9 Precios justos para los proveedores de productos FT	N/A	MEJORA CONTINUA
Principio 5. No existencia de trabajo infantil y forzoso	Cumple	Tipo
5.1 No hay niños empleados.	SÍ	OBLIGATORIO
5.2 Protección de los jóvenes trabajadores.	SÍ	OBLIGATORIO
5.3 Participación de los niños en la producción.	SÍ	OBLIGATORIO 2º AÑO
5.4 No hay trabajo forzoso ni trata de personas.	SÍ	OBLIGATORIO

Fuente: elaboración propia

Como se aprecia en la Tabla 5.2, el proyecto Nikarit no presenta excesivos problemas en el cumplimiento de los criterios de los cinco primeros principios de CJ de WFTO. Destaca el pleno cumplimiento del principio 1 que evalúa las oportunidades a productores en desventaja y el 5, relacionado con la abolición del trabajo infantil y forzoso.

Como se observa en la tabla, OAN no cumple el criterio de carácter obligatorio 2.2, relacionado con la transparencia, según el cual la organización debe proporcionar información transparente y bien fundamentada sobre sus acciones de CJ y cadena de suministro. Esto es debido a que no proporcionan información sobre los requisitos de afiliación y la cadena de suministro.

En relación a las prácticas de CJ evaluadas en el principio 3, el proyecto Nikarit cumple con la mitad de los criterios evaluados. Sin embargo, incumple el criterio 3.1, de obligatorio cumplimiento, ya que sus prácticas comerciales con las cooperativas de Nikki, según informó la propia oenegé en la entrevista mantenida, no se realizan con acuerdos por escrito sino de manera verbal, tal y como se adelantó en el apartado 5.1. Esto es debido a que la mayoría de los productores de *karité* no saben leer ni escribir. También, en relación al mismo principio se incumple otro criterio de carácter obligatorio, el 3.5, ya que OAN no recibe prepagos de sus compradores de CJ.

Tabla 5.3. Análisis de los principios 6-10 de CJ de WFTO

Principio 6. No discriminación.	Cumple	Tipo
6.1 No hay discriminación.	SÍ	OBLIGATORIO
6.2 Igualdad de remuneración entre hombres y mujeres.	SÍ	OBLIGATORIO
6.3 Selección justa de productores/proveedores.	SÍ	OBLIGATORIO
6.4 Política de género.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
6.5 Empoderar a las mujeres.	SÍ	OBLIGATORIO
6.6 Violencia/acoso sexual en su organización.	NO	OBLIGATORIO
6.7 Posición de la mujer en la comunidad.	SÍ	MEJORA CONTINUA
6.8 Trabajo y familia.	SÍ	MEJORA CONTINUA
6.9 Las mujeres embarazadas y las nuevas madres.	SÍ	OBLIGATORIO
6.10 Libertad de asociación.	SÍ	OBLIGATORIO
6.11 Apoyar la organización de los trabajadores.	SÍ	MEJORA CONTINUA
Principio 7. Condiciones de trabajo dignas	Cumple	Tipo
7.1 Evaluación y gestión de los riesgos.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
7.2 Formación en materia de salud, seguridad y formación.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
7.3 Condiciones de seguridad.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
7.4 Prácticas de salud y seguridad de los productores.	NO	MEJORA CONTINUA
7.5 horas de trabajo.	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
7.6 Seguridad social mínima.	NO	OBLIGATORIO
7.7 Seguridad social adicional.	NO	MEJORA CONTINUA
7.8 Trabajadores remunerados.	SÍ	OBLIGATORIO
7.9 Empleo regular.	N/A	OBLIGATORIO
Principio 8. Proporcionar el Desarrollo de Capacidades	Cumple	Tipo
8.1 Plan de entrenamiento.	SÍ	OBLIGATORIO 2º AÑO
8.2 Apoyo de los proveedores de FT.	N/A	OBLIGATORIO 2º AÑO
8.3 La creación de capacidad y la educación.	NO	MEJORA CONTINUA
Principio 9. Promoción del Comercio Justo	Cumple	Tipo
9.1 Promoción de la FT.	SÍ	OBLIGATORIO
9.2 Defensa de temas de CJ y compromiso en WFTO.	SÍ	MEJORA CONTINUA
9.3 Cumpliendo con sus demandas.	SÍ	OBLIGATORIO
9.4 Sistema de membresía creíble y alegaciones .	NO	OBLIGATORIO 2º AÑO
9.5 Requisitos del sistema de afiliación.	NO	OBLIGATORIO 6º AÑO
Principio 10. Respeto por el medio ambiente	Cumple	Tipo
10 .1 Cumplir con los requisitos ambientales legales.	N/A	OBLIGATORIO
10.2 Minimizar los impactos.	NO	MEJORA CONTINUA
10.3 Los productores minimizan los impactos.	NO	MEJORA CONTINUA
10.4 Capacitación y apoyo en cuestiones ambientales.	NO	MEJORA CONTINUA
10.5 Embalaje y transporte.	NO	MEJORA CONTINUA

Fuente: elaboración propia.

En el cumplimiento del principio 6, que evalúa la no discriminación, destaca el cumplimiento de la mayor parte de los criterios evaluados. Asimismo, se observa el incumplimiento del criterio 6.6, sobre la violencia/acoso sexual en su organización, que es de carácter obligatorio. Esto se debe, como se comenta en el apartado 5.1, a que OAN no tiene un sistema para la denuncia confidencial de la violencia y cualquier tipo de abuso.

Como se observa en la Tabla 5.3, destaca el elevado nivel de incumplimiento de los criterios de los principios 7 y 10, si bien casi la totalidad de los incumplidos son criterios clasificados de mejora continua y obligatorios en los años posteriores al primero. Sin embargo, el criterio 7.6, que evalúa la dotación de una seguridad social mínima a los trabajadores de OAN en Benín, se incumple y es de carácter obligatorio. Esto es porque actualmente OAN se encuentra en trámites para constituirse como una entidad que pueda dar esta dotación en Benín, donde figuran como asociación.

Por otro lado, destaca la promoción de la conciencia de CJ que realiza OAN a través de la web de su proyecto Nikarit o las acciones formativas y de sensibilización que imparte, como se puede observar en la evaluación de los tres primeros criterios del principio 9. Esto se justifica en que la base de su proyecto Nikarit es la creación de un modelo de CJ con las mujeres productoras de manteca de *karité* y sostenible con el medio ambiente.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este trabajo de fin de grado, que se ha desarrollado dentro del ámbito de aprendizaje-servicio, se ha llevado a cabo un análisis y diagnóstico sobre el grado de cumplimiento de los principios del CJ por parte de la oenegé OAN International en su proyecto Nikarit, así como sobre las posibilidades de obtener la certificación de CJ con la certificadora de WFTO. El proyecto Nikarit es un proyecto de cooperación en el que, a través de la creación de un modelo de CJ y sostenible con el medio ambiente, se pretende apoyar el empoderamiento de las mujeres productoras de manteca de *karité* pura de la comuna de Nikki, al norte de Benín.

La certificación de CJ está enfocada hacia acreditar que la entidad en cuestión cumple con un estándar de responsabilidad y compromiso social con sus productores y trabajadores, quienes normalmente viven en países en desarrollo en situación de marginalidad económica. Para ello, intenta colaborar con la comunidad local para ayudarlos a lograr autosuficiencia económica y contribuir a la creación de una mayor equidad en el comercio internacional, promoviendo valores sociales y de preservación del medio ambiente.

A la luz de los resultados obtenidos, se observa que a nivel global OAN International actualmente aplica y fomenta con solvencia las prácticas de CJ, ya que como se observa en las puntuaciones de cumplimiento y rendimiento calculados en la sección 5.1 y en los resultados del modelo de WFTO presentados en la sección 5.2, la valoración general es favorable. También, de estas valoraciones se desprende el compromiso de la entidad con la transparencia, la justicia social, así como el respeto y la solidaridad. No obstante, en este momento OAN International no podría acceder a la acreditación de WFTO, ya que se han detectado 5 líneas sensibles de mejora de las cuales, las 3 primeras son fácilmente subsanables. En este sentido, el proyecto Nikarit debería ser mejorado a través de:

- Proporcionar información detallada en su web sobre los requisitos de afiliación y la cadena de suministro.
- Formalizar de manera escrita los acuerdos comerciales con las cooperativas de productores en el marco del proyecto Nikarit.
- Formalizar la realización de prepagos con sus futuros compradores de CJ.
- El establecimiento de un sistema para la denuncia confidencial de cualquier tipo de abuso o de violencia en su cadena de valor.
- La dotación de una cuota mínima de seguridad social a sus trabajadores en el proyecto Nikarit.

Además, más allá de la obtención de la certificación de WFTO, en este trabajo de fin de grado se han analizado de manera profunda los criterios que ha juicio del autor deben ser considerados en la evaluación del CJ. En este sentido, se recomienda a OAN International intentar reforzar otros aspectos adicionales a los mencionados anteriormente. En primer lugar, la realización de un estudio preciso que muestre que el precio pagado por el *karité* a las cooperativas de productores

de Nikki es superior al precio de mercado en Benín, ya que la oenegé afirma que el precio que se les paga a las cooperativas de Nikki está por encima del precio de mercado, aunque no se apoyan en ningún estudio empírico.

En segundo lugar, se sugiere a OAN establecer un protocolo de actuación para que los productores no resulten perjudicados económicamente cuando un pedido no pudiera ser entregado en tiempo y forma por causas de fuerza mayor, ya que actualmente no existe un plan que respalde la solución de los inconvenientes que pudieran dificultar la relación comercial entre oenegé y cooperativas.

En tercer lugar, relacionado con el nivel de transparencia y el control de la cadena de suministro de la organización, se ha detectado la ausencia de información sobre la procedencia de los envases y etiquetas con los es exportada a España la manteca de *karité*, por lo que sería deseable la elaboración de un plan de seguimiento para conocer la procedencia de dichos artículos.

Por último, y referido a los productos con los que comercializa OAN dentro del proyecto Nikarit como son los bálsamos labiales, crema de manos, y la manteca de *karité* pura, se recomienda un análisis exhaustivo del porcentaje y procedencia de los distintos componentes de los productos. Aunque el *karité* es el componente predominante en todos ellos, dependiendo del porcentaje de otros insumos en su elaboración, éstos podrían estar sujetos a otro análisis para ver si obtienen finalmente, el etiquetado de CJ

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arnould, Eric J., Plastina, A., and Ball, D., (2009). Does Fair Trade Deliver on Its Core Value Proposition? Effects on Income, Educational Attainment, and Health in Three Countries. *Journal of Public Policy and Marketing*, 28(2), 186–201.

Bautista Hoyos, E., (2020). *El papel de las certificaciones en el comercio sostenible: aplicación para la empresa social Nikarit*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad Politécnica de Madrid. Madrid

Banco Mundial (2018). Datos Macroeconómicos Benín. Recuperado el 4 de mayo de 2020 de: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&country=BEN>

Cerebrity (2019). Mapa político África. Recuperado el 5 de mayo de 2020 de: <https://www.cerebriti.com/juegos-de-geografia/mapa-politico-africa>

Dragusanu, R., Giovannucci, D., Nunn, N., (2014) The Economics of Fair Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 28 (3), 217-236.

Ecocert. (2013) Norma de Responsabilidad Social y CJ. *Norma ESR (Equidad, Solidaridad y Responsabilidad)*, 39-64.

Fairtrade International. (2016). Baseline for Assessing the Impact of Fairtrade Certification on Cocoa Farmers and Cooperatives in Ghana. Recuperado de: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/1704_ICRAF_Ghana_co_coa_baseline-final.pdf

Fairtrade International. (2013). Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade Fifth Edition. Recuperado el 2 de marzo de 2020 de: http://www.Fairtrade.Net/Fileadmin/User_Upload/Content/2009/Resources/2013-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits_Web.Pdf.

FLOCERT (2020). Organizaciones de pequeños productores. *Lista pública de Criterios de Cumplimiento*. Recuperado el 2 de marzo de: <https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/08/pequenos-productores-criterios-cumplimiento.pdf>

Jaffee, D. (2009). Better, But Not Great: The Social and Environmental Benefits and Limitations of Fair Trade for Indigenous Coffee Producers in Oaxaca, Mexico. *The Impact of Fair Trade*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers, 195–222.

Levai, L., Meriki, H., Adiobo, A., Awa-Mengi, S., Akoachere, J., Titanji, V. (2015). Postharvest practices and farmers perception of cocoa bean quality in Cameroon. *Agriculture and Food Security*, 4, 28.

Macdonald, K. (2007). Globalising justice within coffee supply chains? Fair Trade, Starbucks and the transformation of supply chain governance. *Third World Quarterly*, 28, 793–812.

Méndez, V. Ernesto, Christopher M. Bacon, Meryl Olson, Seth Petchers, Doribel Herrador, Cecilia Carranza, Laura Trujillo, Carlos Guadarrama-Zugasti, Antonio Cordón, and Angel Mendoza. (2010). Effects of Fair Trade and Organic Certifications on Small-Scale Coffee Farmer Households in Central America and Mexico. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(3), 236–51.

Mook, A., Overdeest, C., (2018). Does Fairtrade Certification Meet Producers' Expectations Related to Participating in Mainstream Markets? An Analysis of Advertised Benefits and Perceived Impact. *Sustainable Development*, 26, 269–280. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sd.1700>

OAN International. (2016). *Ficha resumen de proyecto*. (Documento no publicado).

OAN International. (2019). *Memoria de actividades*. 16- 19. Recuperado el 10 de junio de 2020 de : https://www.oaninternational.org/uploads/3/7/7/0/37702469/informe_anual_2019.pdf

OAN International. (2020). *Informe previo de proyecto*, 16-18. Recuperado el 5 de junio de 2020 de: https://www.oaninternational.org/uploads/3/7/7/0/37702469/informe_anual_2019.pdf

OAN International. (s.f.). Informe fase cualitativa. *Informe ejecutivo: manteca de karité*. (Documento no publicado).

Raynolds, L. (2009). Mainstreaming Fair Trade Coffee: From Partnership to Traceability. *World Development*, 37(6), 1083–93.

Taylor, P.L., Murray D.L, Raynolds, L.T. (2005). Keeping trade fair: governance challenges in the fair trade coffee initiative. *Sustainable Development*, 13, 199–208.

Transparency International. (2020). *Corruption Perception Index*. Recuperado el 5 de abril de 2020 de: <https://www.transparency.org/en/cpi/2018/results>

World Fair Trade Organization. (2017). *Los 10 Principios de C.J.*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020 de:

https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf

World Fair Trade Organization (2017). *WFTO Fair Trade Standard - Version 4.1*. Recuperado el 20 de Marzo de 2020 de: <https://wfto.com/sites/default/files/WFTO%20Standard%204.1%20-%20interactive.pdf>

World Fair Trade Organization. (2019). *Guarantee System Handbook Effective WFTO Fair Trade Standard - Version 4.2*. Recuperado el 20 de Marzo de 2020 de: <https://wfto.com/sites/default/files/WFTO%20Guarantee%20System%20Handbook%20-%20updated%20August%202019.pdf>

World Economic Bank. (2020). *The World Bank In Benin*. Recuperado el 5 de abril de 2020 de: <https://www.worldbank.org/en/country/benin/overview>

Vázquez de Miguel. B. (2016). *Plan de negocio: análisis jurídico-mercantil y desarrollo de un modelo de negocio innovador*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad Carlos III de Madrid. Madrid.

- Enlaces de interés

Sitio web de la Coordinadora Estatal del CJ: <https://comerciojusto.org/historia-cj/>

Sitio web de la certificadora Ecocert: <https://www.ecocert.com/es/detaile-de-certification/comercio-justo-ffi>

Sitio web de Fairtrade Ibérica: <https://fairtrade.es/es/fairtradeiberica/>

Sitio web de la certificadora Flocert: <https://www.flocert.net/es/conozca-flocert/>

Sitio web del proyecto Nikarit: <https://nikarit.es/pages/proyecto>

Sitio web de la oenegé Oan International (historia): <https://www.oaninternational.org/historia.html>

Sitio web de la oenegé Oan International (proyectos anteriores): <https://www.oaninternational.org/proyectos-anteriores.html>

Sitio web del programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/ourwork/ourstories/agri--et-aquaculteurs-font-face-au-changement-climatique-au-beni.html>

Sitio web de la asociación mundial de CJ WFTO (historia): <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

Sitio web de la asociación mundial de CJ WFTO (Cómo ser miembro): <https://wfto.com/members-and-products/how-to-join-wfto>