

El sector empresarial y los derechos humanos: ¿puede el sector privado contribuir a promover los derechos humanos en el sector cafetalero?*

Anthony P. Ewing y Elliot J. Schrage**

Resumen

El sector privado se ha convertido recientemente en un centro de atención de los movimientos de promoción y defensa de los derechos humanos. El poder adquirido por las empresas transnacionales, comparado con el que muestran los gobiernos nacionales en donde operan, ha impulsado a los defensores de los derechos humanos a examinar no sólo la responsabilidad de las empresas en esta materia –como en aquellos casos en que hay complicidad entre empresas y agentes gubernamentales que violan los derechos humanos–, sino también la capacidad de ellas, como instituciones de la sociedad, para promover estos derechos en su esfera de influencia.

En respuesta a la presión ejercida por consumidores, inversionistas, trabajadores y otras partes interesadas, varias empresas internacionales han comenzado a adoptar medidas voluntarias para garantizar el cumplimiento de los derechos humanos en sus activida-

* La investigación inicial para algunas de las secciones de este artículo se realizó gracias al apoyo financiero del Departamento de Estado de los Estados Unidos, bajo el auspicio del Centro para los Derechos Humanos de la Universidad de Iowa. Partes de este artículo se publicaron con anterioridad en Elliot J. Schrage, *Promoting International Worker Rights Through Private Voluntary Initiatives: Public Relations or Public Policy?*, University of Iowa Center for Human Rights, enero de 2004. La traducción de este artículo se realizó gracias al apoyo financiero de Starbucks Coffee Company. Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva de los autores. Traducido del inglés por María Marta Kandler.

** Elliot J. Schrage es abogado y consejero comercial. Actualmente se desempeña como profesor adjunto en la Facultad de Negocios y en la de Derecho de la Universidad de Columbia, y es el Bernard L. Schwartz Senior Fellow en Negocios y Política Exterior en el Consejo de Relaciones Exteriores de Nueva York. Anthony P. Ewing es abogado y asesor empresarial. También se desempeña como profesor invitado en la Facultad de Derecho de la Universidad de Columbia en Nueva York, donde imparte el seminario de posgrado *Las empresas transnacionales y los derechos humanos*.

des y en las que tienen lugar en la cadena de suministro. Los activistas, que en un principio lucharon porque las transnacionales de la industria del vestir, el calzado y de otros productos asumieran la responsabilidad que les correspondía en cuanto a las condiciones de trabajo en la cadena de suministro, miran ahora con preocupación las condiciones laborales en el sector agrícola.

El comercio del café ha sido una industria mundial por siglos, pero el interés de la comunidad internacional por el nivel de vida de los pequeños caficultores y por las condiciones de trabajo en que se desenvuelve esta producción es reciente. El trabajo infantil, las restricciones a la libertad de asociación, los salarios inadecuados y las malas condiciones de trabajo son algunas de las prácticas que comprometen los derechos humanos en el sector cafetalero.

Los esfuerzos que realizan las empresas transnacionales cafetaleras por promover criterios de producción congruentes con la normativa laboral internacional, dejan varias enseñanzas a los encargados de formular políticas, a quienes apoyan la causa de los derechos humanos y a los líderes empresariales que luchan por convertir el poderío del sector privado en una fuerza capaz de impulsar y proteger los derechos humanos. Estas enseñanzas son: a) Tanto la defensa de los derechos humanos como la formación de alianzas con el sector privado son estrategias eficaces para impulsar el cumplimiento de estos derechos en la cadena de suministro del café. b) La fijación de estándares por parte del sector privado puede contribuir al establecimiento de estándares de derechos humanos en la producción de café. c) El precio del café repercute con mayor fuerza en el nivel de vida de los productores, que en las condiciones de trabajo en los cafetales. d) Las iniciativas privadas con mayores posibilidades de éxito son las que compensan a los proveedores por cumplir con la normativa internacional en materia de derechos humanos y que, además, vinculan el mejoramiento de los estándares de derechos humanos con el fortalecimiento de las relaciones comerciales en la cadena de suministro. e) Las iniciativas voluntarias constituyen una segunda opción: los gobiernos tienen que desempeñar el papel principal en la salvaguarda de los derechos humanos en el sector privado.

Sector empresarial y derechos humanos

La relación entre el sector empresarial y los derechos humanos ha surgido como un campo concreto dentro de un movimiento más

amplio que aboga por la responsabilidad social empresarial (RSE)¹. Tres fenómenos han contribuido a que el sector privado se sienta cada vez más presionado a abordar el tema de los derechos humanos: la mundialización de los derechos humanos, la mundialización del comercio y la inversión, y la mundialización de las comunicaciones².

Durante los últimos veinte años, el movimiento pro derechos humanos ha estudiado de cerca el sector privado y las responsabilidades que, según el derecho internacional, le corresponden. Varios gobiernos han sido acusados de actuar con negligencia en la prevención y el castigo de delitos cometidos por agentes privados en contra de los derechos humanos³. Y la Corte Penal Internacional, por su parte, estableció un foro permanente para fallar crímenes internacionales cometidos por personas naturales.

En ese mismo período, un agente no gubernamental clave –la empresa comercial– atrajo la atención del movimiento que defiende y promociona los derechos humanos. Este interés en el sector privado, por parte de quienes defienden la causa de los derechos humanos, no es nuevo. Se inicia en la década de 1970 con el tema del *apartheid*, gana fuerza en los 80, con las explotaciones comerciales en países de dudosa reputación en materia de derechos humanos, y alcanza su máxima expresión en los 90, con el tema de las condiciones laborales⁴. En sectores tan variados como la minería, las explo-

- 1 La historia del movimiento de responsabilidad social empresarial (Corporate Social Responsibility, CSR) ilustra el carácter cambiante, y en proceso de evolución, del papel y las responsabilidades de las empresas; en principio se centra exclusivamente en el tema de las ganancias y los beneficios para luego ampliarse y reconocer una amplia gama de responsabilidades y beneficios corporativos. Ver Friedman, Milton, "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", en *The New York Times Magazine*, 11 de septiembre, 1970; Drucker, Peter, "The New Meaning of Corporate Social Responsibility", en *California Management Review*, vol. 26, n. 2, invierno de 1984.
- 2 La discusión de estas tendencias se basa principalmente en Schrage, Elliot y Anthony Ewing, "Engaging the Private Sector", en 14 *Forum for Applied Res. & Pub. Pol'y*, 1999, pág. 44; y en Schrage, Elliot J., *Promoting International Worker Rights Through Private Voluntary Initiatives: Public Relations or Public Policy?*, University of Iowa Center for Human Rights, enero de 2004), págs. 3-6.
- 3 Ver, por ejemplo, Corte Interamericana de Derechos Humanos, Caso Velásquez Rodríguez vs. Honduras, Sentencia de 29 de julio de 1988, Serie C n. 4, 1988, donde se encuentra culpable al Estado hondureño por la desaparición forzada de un estudiante, a manos de agentes no-estatales.
- 4 La mayoría de los asuntos relativos al tema de los negocios y los derechos humanos, son resultado del movimiento de derechos humanos moderno; sin embargo, hay algunos ejemplos más tempranos. En el siglo XIX se produjo un movimiento dirigido a terminar con el tráfico de esclavos africanos hacia América y Europa; esta fue la primera campaña que aseguró conformidad corporativa con un derecho humano internacionalmente reconocido y ampliamente aceptado.

taciones petroleras, la industria farmacéutica, la indumentaria, el calzado y la agricultura, las compañías transnacionales son instadas a asumir la responsabilidad que les corresponde en materia de derechos humanos. Hoy día, las empresas comerciales, junto con los gobiernos, son vistos no solo como el origen o la causa de muchos de los abusos que se cometen contra los derechos humanos, sino como instancias internacionales con posibilidad de actuar en su defensa. No cabe duda de que muchas empresas cumplen un papel fundamental en la protección de los derechos de sus empleados en sus lugares de trabajo, pero posiblemente podrían velar por los derechos humanos en su cadena de suministro, en su comunidad y, en algunos casos, por los de los consumidores. La posibilidad de que las empresas desempeñen este papel se torna particularmente importante en países donde el gobierno es incapaz de velar por los derechos humanos o no quiere hacerlo. En fechas recientes, los activistas miran con preocupación las condiciones laborales que prevalecen en las fincas productoras de café, té, cacao y banano de exportación.

Muchos defensores de los derechos humanos consideran que se puede, y se debe, responsabilizar a las compañías por incumplir la normativa internacional en este campo⁵. Para ello acuden a la Declaración Universal de Derechos Humanos donde, afirman, se encuentran estipuladas las responsabilidades que al respecto les corresponden a las empresas. De acuerdo con el Preámbulo de dicha Declaración, todas las instituciones están obligadas a “promover el respeto” a los derechos humanos y a adoptar “medidas progresivas” que garanticen su reconocimiento y aplicación⁶. Otros defensores, sin embargo, consideran que, según el derecho internacional, sólo los gobiernos pueden violar los derechos humanos y sólo las leyes nacionales pueden asegurar su debido cumplimiento por parte de las

5 Ver, por ejemplo, Amnistía Internacional, *The UN Human Rights Norms for Business: towards Legal Accountability* 7, 2004; International Council on Human Rights Policy, *Beyond Voluntarism: Human Rights and the Developing International Legal Obligations of Companies*, 2002; Ratner, Steven R., “Corporations and Human Rights: a Theory of Legal Responsibility”, en 111 *Yale L. J.*, 2001, pág. 443; Frey, Barbara A., “The Legal and Ethical Responsibilities of Transnational Corporations in the Protection of International Human Rights”, en 6 *Minn. J. Global Trade*, 1997, pág. 153.

6 La Declaración Universal de Derechos Humanos (en adelante DUDH), 1948, en su Preámbulo, dice: “tanto los individuos como las instituciones, inspirándose constantemente en ella, promuevan, mediante la enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, y aseguren, por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos [...]”.

empresas⁷. En este sentido, cabe señalar que en los tribunales de justicia de los Estados Unidos se están analizando varias demandas interpuestas contra empresas comerciales por víctimas de violación de los derechos humanos, por supuesta complicidad entre las empresas y el Estado en contravención del derecho internacional público, y por violación directa de los derechos humanos por parte de las empresas mismas⁸. Si bien la responsabilidad de velar por los derechos humanos y de garantizar su aplicación descansa fundamentalmente en el Estado, cada vez se acepta más el hecho de que las empresas privadas tienen que apegarse a las leyes internacionales sobre derechos humanos. No obstante, todavía no se ha definido claramente hasta dónde llegan esas obligaciones o qué mecanismos podrían implementarse para que las cumplan.

Aunque las declaraciones internacionales sobre responsabilidad corporativa no son vinculantes, sí constituyen un marco de referencia para los criterios que las empresas deben adoptar en materia de derechos humanos. Entre tales declaraciones están: las Directrices sobre las Empresas Transnacionales (2000) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (1977); los Lineamientos de Política del Banco Mundial⁹; el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)¹⁰, y las

7 Ver, por ejemplo, Birchell, Jonathan, "UN Ethics Guidelines May Alarm Multinationals", en *Financial Times*, Londres, 13 de agosto de 2003, pág. 8.

8 Algunos tribunales de los Estados Unidos de América han conocido casos en los que se alega que algunas corporaciones son culpables de crímenes de guerra, crímenes en contra de la humanidad, genocidio, tortura, trabajo esclavo y asesinato, entre otras violaciones a los derechos humanos. Ver Paust, Jordan J., "Human Rights Responsibilities of Private Corporations", en 35 *Vand. J. Transnat'l L.*, n. 4, 2002, págs. 801-3. Alegatos sobre complicidad corporativa en abusos a los derechos humanos han sido llevados ante tribunales de los Estados Unidos en contra de IBM, ExxonMobil, ChevronTexaco, Citicorp, Coca-Cola, Gap, Ford y Del Monte, entre otras. Ver Schrage, Elliot J., "Judging Corporate Accountability in the Global Economy", en 42 *Columbia J. Transnational L.*, 2003, págs. 153-4.

9 Las políticas de la Corporación Financiera Internacional (CFI) para proyectos financiados por el Banco Mundial, incorporan estándares internacionales de derechos humanos relativos a reasentamiento involuntario, poblaciones indígenas y trabajo forzoso e infantil. Manual de operaciones del Banco Mundial, Poblaciones Indígenas, OD4.20 (septiembre de 1991), Reasentamiento Involuntario, OD4.30 (junio de 1990); CFI, Policy Statement on Forced Labor and Harmful Child Labor, marzo de 1998; Harmful Child Labor Interim Guidance, julio de 1999.

10 El Pacto Mundial de las Naciones Unidas hace un llamado a las empresas para que,

Normas sobre las Responsabilidades de las Empresas Transnacionales en la Esfera de los Derechos Humanos, de la ONU¹¹. Todas establecen criterios y orientaciones que pueden ser adoptados, de manera voluntaria, por las empresas comerciales.

Independientemente de que uno crea o no que las empresas tienen la obligación legal directa de cumplir con los criterios internacionales en materia de derechos humanos, lo cierto es que cada vez hay más consenso sobre las cuestiones de estos derechos que surgen en las actividades comerciales. Y se está presionando a las empresas para que, de manera voluntaria, asuman algunas de las obligaciones que tradicionalmente le correspondían al gobierno, como son la de promover el respeto a los derechos y la de asegurar, por medidas progresivas, su reconocimiento y aplicación universales. La tendencia más clara parece dirigirse hoy día a la formulación de criterios de derechos humanos específicos para las empresas.

La mundialización del comercio y de la inversión ha contribuido a debilitar el poder económico de los gobiernos y a aumentar, en forma dramática, el ámbito geográfico y el poder económico de las empresas transnacionales. Los últimos 25 años han sido testigos del desarrollo de una compleja arquitectura financiera de corte mundial que busca promover una mayor integración económica entre países y reducir las restricciones que, a nivel nacional, pesan sobre el comercio y la inversión. Con el fin de expandir y proteger sus mercados y reducir los costos, las actividades comerciales se están transformando en iniciativas de orden mundial.

Hoy día unas 60 000 empresas transnacionales, con más de 800 000 filiales en todo el mundo, se relacionan con millones de proveedores¹². La mayoría tienen inversiones directas en muchos países y

dentro de su ámbito de influencia: “apoy(en) y respet(en) la protección de los derechos humanos fundamentales” (Principio 1); asimismo, las llama a “asegurarse de que [...] no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos” (Principio 2). Naciones Unidas, Pacto Mundial, Los Diez Principios, disponibles en <http://www.pactomundial.org/index.asp?MP=4&MS=2>. Ver también Ewing, Anthony P., “Understanding the Global Compact Human Rights Principles”, en *Embedding Human Rights into Business Practice* 28, Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Alto Comisionado para los Derechos Humanos, 2004.

11 *Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights*, 26 de agosto de 2003, Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, Subcomisión para la Protección y Promoción de los Derechos Humanos, U.N. doc.E/CN.4/Sub.2/ 2003/12/Rev.2.

12 Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), “Overview”, en *World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness* 1, 2001.

capacidad de acceder a los valores de la compañía en, al menos, una bolsa de capital internacional. El sector privado, entonces, tiene más influencia en el desempeño económico de los mercados emergentes que el mismo gobierno o que las organizaciones intergubernamentales.

Por último, la mundialización de las comunicaciones ha hecho que los gobiernos y las firmas comerciales hayan perdido su capacidad de controlar la información que llegaba a terceros, y ahora todos los interesados pueden enterarse de las consecuencias de sus políticas y procedimientos. La revolución que ha tenido lugar en el campo de las comunicaciones –en cuanto a velocidad y calidad– ha contribuido significativamente a que sea posible conocer el estado en que se encuentran los derechos humanos. Ahora basta oprimir un botón para que las imágenes más crudas de abuso y explotación crucen las fronteras. Del mismo modo en que la tecnología de la información ha facilitado la mundialización de la producción, también ha permitido que el mundo entero esté al tanto de las condiciones en que se lleva a cabo la producción en cualquier parte del planeta. Las actividades de las empresas transnacionales en los mercados extranjeros dejaron de ser invisibles para los interesados en casa.

La respuesta de las empresas transnacionales al escrutinio de sus prácticas comerciales, a las quejas de falta de responsabilidad y al llamado a promocionar los derechos humanos, ha sido variada. Algunas han reaccionado con hostilidad, otras han aceptado el compromiso, pero en general pocas han adoptado medidas para abordar el tema de los derechos humanos. Las que han respondido positivamente son, en su mayoría, marcas conocidas que operan en sectores de la industria o en mercados que se encuentran en la mira de los defensores de los derechos humanos.

En general las acciones emprendidas por las firmas internacionales se relacionan con la condición de los derechos humanos en sus propias actividades. Sin embargo, desde mediados de los 90, muchas empresas comenzaron a interesarse por lo que sucedía en las cadenas de suministro. Los últimos diez años han presenciado una explosión de códigos de conducta de adopción voluntaria que intentan guiar el quehacer de las empresas, y cada vez es más frecuente encontrar en ellos alusiones a los derechos humanos¹³. El Pacto Mundial, por

13 Puede encontrar un listado corto en <http://www.business-humanrights.org/Categories/Companies/Policies/Companieswithhumanrightspolicies>.

ejemplo, fue suscrito por más de 1 600 compañías, entre las que se encuentran 79 de las 500 corporaciones más grandes del mundo¹⁴.

Los programas de derechos humanos de las empresas generalmente contienen una mezcla de diligencia debida, establecimiento y aplicación de normas, criterios de evaluación e informe de resultados. En un inicio, los esfuerzos se reducían a escribir una declaración de principios o un código de conducta, pero ahora hay programas que se aplican a todas las actividades de la compañía y muchas veces se extienden a la cadena de proveedores. Tales programas pueden incluir aspectos como supervisión independiente, alianzas compuestas por múltiples partes interesadas y presentación de resultados al público.

La noción de que existen razones legítimas para que las empresas velen por los derechos humanos comenzó a ganar aceptación en la comunidad empresarial en los últimos diez años¹⁵. Si bien muchos de los esfuerzos no han sido más que medidas defensivas o maniobras de relaciones públicas para responder a denuncias específicas, un número pequeño, pero creciente, de empresas está tomando conciencia de lo que se denomina el **argumento empresarial**, el cual respalda la incorporación de los derechos humanos en las prácticas comerciales. De esa forma, los presidentes de las grandes corporaciones han comenzado a aceptar los derechos humanos como parte de sus responsabilidades. Es más, algunas de las marcas internacionales más conocidas incluyen ahora en su relación de cargos el de Vicepresidente de Derechos Humanos, y entre sus dependencias, el Departamento de Derechos Humanos. Asimismo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos ha dejado de ser un tema desconocido para los administradores de empresas.

De acuerdo con un estudio realizado con líderes corporativos, el argumento empresarial que respalda la aplicación de políticas de responsabilidad empresarial, contempla aspectos como los siguientes:

- ayudan a proteger y mejorar la reputación de la empresa, así como el valor de la marca y la confianza en ella;

14 Ver "The Global Compact Database of Participants", disponible en <http://www.unglobalcompact.org>.

15 Ver, por ejemplo, Ewing, Anthony P., "Implementing the Global Compact Human Rights Principles", en *Embedding Human Rights into Business Practice*, 62 Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Alto Comisionado para los Derechos Humanos, 2004; Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos, "Business and Human Rights: a Progress Report", enero de 2000, disponible en <http://www.unhchr.ch/business.htm>.

- sirven para atraer empleados talentosos, para motivarlos y para promover su permanencia en la empresa;
- favorecen el control y la mitigación de riesgos;
- aumentan la eficiencia operativa y ayudan a reducir los costos;
- facilitan la obtención del permiso de funcionamiento;
- crean nuevas oportunidades comerciales; y
- contribuyen a crear un ambiente de trabajo más próspero y seguro¹⁶.

Por estas mismas razones se están comenzando a adoptar programas empresariales de derechos humanos, porque una denuncia en este ámbito puede destruir la reputación de la empresa y poner en peligro su permiso de funcionamiento, sobre todo si se trata de una marca conocida: “El simple rumor de que una compañía está empleando mano de obra infantil, sea en forma directa o indirecta, puede ser un golpe mortal para la reputación de una empresa y puede hacer que los consumidores boicoteen sus actividades”¹⁷.

En efecto, las compañías que no se toman en serio las denuncias por violación de derechos humanos se arriesgan a perder su reputación entre los consumidores, los inversionistas, los accionistas, las entidades supervisoras y los empleados, actuales y futuros. Una estrategia eficaz de derechos humanos puede servir para administrar o mitigar, no solo los riesgos legales, sino también los riesgos de inversión¹⁸.

Los programas empresariales de derechos humanos más eficientes, además de mejorar la condición de los derechos humanos en la empresa, contribuyen a bajar los costos y a aumentar los ingresos. De hecho, algunos programas formulados de manera conjunta para las industrias de la indumentaria, la juguetería y los artículos deportivos establecieron estándares industriales que redujeron los costos y mejoraron la eficiencia operativa de las empresas participantes¹⁹. Cada vez hay más pruebas de que cuando en un mercado se fortalece el respeto a los derechos humanos, se fortalece, también, el respeto a la ley, se crea un ambiente social y político

16 Foro Económico Mundial, *Values and Value*, 2004.

17 International Organization of Employers, *Employers Handbook on Child Labour*, 2001.

18 Ver, por ejemplo, Schrage (nota 8); Schrage, Elliot, “Emerging Threat: Human Rights Claims”, en *Harv. Bus. Rev.*, n. 8, 2003.

19 Ver, por ejemplo, Schrage (nota 2).

más estable y se logra, en última instancia, un entorno más próspero para el desenvolvimiento de los negocios²⁰.

Las empresas transnacionales de café están empezando a responder en forma positiva a la presión que se ha ejercido sobre ellas para que apliquen la responsabilidad corporativa en el sector agrícola. Los esfuerzos realizados por algunas de ellas en las cadenas de suministro sirven para ilustrar, no sólo el potencial de las iniciativas privadas que promueven los derechos humanos, sino los retos que deben enfrentar.

Cadena de suministro del café

El comercio internacional del café se remonta a aproximadamente 500 años atrás. En efecto, el cultivo de la planta comenzó en la Península Arábiga en el siglo XV; en los inicios del XVII llega a Europa, y a finales de ese mismo siglo ya se exporta café desde esa región hacia las colonias asiáticas. Alrededor de 100 años después, el cultivo se había extendido a los trópicos, y el café era uno de los productos agrícolas básicos más lucrativos²¹.

En la actualidad, los cafés que más se emplean con fines comerciales son los de tipo arábica y tipo robusta. El 70% de la producción mundial de café se realiza con la variedad arábica²², que se cultiva en las tierras altas y generalmente se comercia a muy buen precio. La variedad robusta produce un grano de menor calidad y se utiliza para elaborar un café más barato.

Más de 70 países se dedican al cultivo del café, y las ventas mundiales de este producto superan los 50 mil millones de dólares al año²³. Brasil, el mayor productor, genera el 30% del café que se vende en todo el mundo²⁴. Le siguen en exportaciones totales Vietnam, Colombia e Indonesia. Los países latinoamericanos contribuyen con aproximadamente el 60% de la producción global (aunque su cuota de producción mundial de café arábica es mayor); los países asiáticos con un 28%, y los países africanos con un 15%.

20 Ver, por ejemplo, Spar, Debora L., "The Spotlight and the Bottom Line: How Multinationals Export Human Rights", en *Foreign Aff.*, marzo-abril de 1998.

21 Después del petróleo, el café es la mercadería más valiosa que se comercia en el mundo.

22 International Coffee Organization (ICO), *Coffee Market Report*, tabla 2, noviembre de 2004, en <http://www.ico.org/>.

23 Ver, en general, Dicum, Gregory y Lina Luttinger, *Coffee Book: Anatomy of an Industry*, 2000.

24 ICO, *Coffee Market Report*, tabla 3, noviembre de 2004.

Aproximadamente 100 millones de personas viven de la industria del café, y la cadena de suministro está integrada por un gran número de agentes clave que, para los efectos de este artículo, hemos resumido de la siguiente manera: a) agricultores, b) procesadores/exportadores, c) comerciantes, d) marcas más importantes y e) marcas de cafés finos. Debido a la cantidad de agentes involucrados y a la complejidad de la cadena, estas categorías normalmente se traslapan.

El 70% de la producción mundial del café tiene lugar en terrenos que miden menos de 10 hectáreas²⁵, explotaciones familiares, en su mayoría. De hecho, se estima que cerca de 20 millones de familias en todo el mundo se dedican al cultivo del café. Algunos países como India y Brasil se caracterizan por los grandes cafetales, mientras que otros, como Colombia, Costa Rica, Indonesia, México y Vietnam poseen un mayor número de fincas pequeñas. Guatemala y Kenia presentan ambos tipos de explotación, cafetales grandes y fincas pequeñas. Debido a la naturaleza estacional del café, las personas que tienen trabajo permanente en esta actividad son pocas en comparación con las que trabajan en la misma de manera temporal. En efecto, la cosecha del café exige la contratación de un gran número de trabajadores temporales.

Los cafetales grandes generalmente procesan y exportan su propio café; a veces exportan directamente el grano verde; otras, lo venden a exportadores especializados. Los pequeños productores, en cambio, normalmente no procesan el café, sino que venden el grano maduro a algún procesador o intermediario y este se encarga de fijar el precio. Los productores pobres comprometen muchas veces su cosecha a cambio de un pequeño préstamo.

Las empresas transnacionales de productos agrícolas les compran el café a los países productores, tanto a los exportadores como a los procesadores o a los dueños de los grandes cafetales. En total, cinco empresas transnacionales compran más de la mitad del café que se exporta en todo el mundo²⁶. Los distribuidores reciben el grano verde en el país de importación, lo procesan y lo venden a las distintas marcas.

25 Oxfam, Mugged, *Poverty in your Coffee Cup*, 2002, pág. 7 (en adelante Oxfam-Mugged).

26 Aron, Cargill, Esteve, Neumann y Volcafe son las cinco comercializadoras de café más grandes del mundo. Zehner, David C., "An Economic Assessment of 'Fair Trade' in Coffee", en *Chazen Web J. Int'l Bus.* 12, otoño de 2002, en <http://www.gsb.columbia.edu/chazenjournal>.

Estados Unidos y Alemania, solamente, consumen más del 40% del café que se exporta en todo el mundo²⁷, y las marcas de café radicadas en esos países tienen los márgenes de ganancia más altos de toda la cadena de suministro. La mayor parte del café que se vende en los supermercados es una mezcla de cafés arábica y robusta, provenientes de un gran número de fincas, de distintas partes del mundo y a veces de más de un continente. El consumidor no tiene forma de saber la procedencia exacta del café de la mayoría de las marcas conocidas.

Las cinco empresas multinacionales propietarias de las marcas de café más grandes del mundo –Nestlé (Nescafé), Kraft (Maxwell House, Jacobs), Sara Lee (Hills Bros.), Procter & Gamble (Folgers) y Tchibo (una marca y una compañía minorista alemanas)– compran, anualmente, casi la mitad de todo el café en grano que se produce en el mundo²⁸. Cuatro de ellas (las más grandes) son sociedades públicas con sede en Suiza (Nestlé) y en Estados Unidos (Kraft, Procter & Gamble y Sara Lee), y sus ingresos, por ventas anuales, oscilan entre 19 mil millones y 70 mil millones de dólares estadounidenses²⁹. Por su parte, las marcas de cafés finos, que venden café arábica, compran alrededor de un 8% de la producción anual de café³⁰. En Estados Unidos, las ventas de “cafés selectos” ascienden a un 40% del total de las ventas de café³¹.

El precio del café en los mercados internacionales está determinado por la oferta y la demanda a nivel mundial³². Como

27 En los Estados Unidos se consumieron 1 230 millones de kilogramos de café en el año 2003, lo que representa el 23% de las exportaciones mundiales. En Alemania se consumieron 546 millones de kilogramos, el 10% de las exportaciones mundiales. ICO, *Coffee Market Report*, tabla 8, noviembre de 2004.

28 En el año 2000, tanto Kraft como Nestlé cubrieron un 13%, cada uno, del café verde producido a nivel mundial; Sara Lee, el 10%, y tanto Procter & Gamble como Tchibo cubrieron el 4% cada uno. Oxfam, *Poverty in your...*, pág. 2.

29 El ingreso bruto de Nestlé en 2003 fue de 70 800 millones de dólares; de Procter & Gamble en 2004, de 51 400 millones; de Kraft Foods Inc. en 2003, de 31 000 millones; de Sara Lee Corporation en 2004, de 19 600 millones. Información tomada de Hoover's en <http://www.hoovers.com> (en adelante Hoover's en línea). Las compañías no reportan al público general el ingreso derivado solo de las ventas del café.

30 Ver en general Specialty Coffee Association of America, en <http://www.scaa.org> (en adelante SCAA).

31 Ponte, Stefano, “Specialty Coffee: the Challenge of Quality and Sustainability”, noviembre de 2002, en <http://www.scaa.org/>.

32 Ver en general Lewin, Bryan, Daniele Giovannucci y Panos Varangis, *Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand*, Banco Mundial, marzo de 2004.

ocurre con otros productos agrícolas básicos, el precio del café se encuentra sujeto a grandes fluctuaciones, y en la actualidad este mercado experimenta una combinación de “exceso de oferta y estancamiento del consumo”³³. La cooperación internacional entre los países exportadores y los países consumidores de café contribuía a mantener los precios del café estables, mediante un acuerdo internacional que fijaba cuotas de producción por país, pero esto terminó en 1989 cuando Estados Unidos se retiró de la Organización Internacional del Café (OIC). A partir de entonces, la producción se ha incrementado en todo el mundo, y esto ha ocasionado sobreabundancia de café y caída de los precios. Dos factores han influido en el incremento de la oferta de café: la entrada al mercado de productores relativamente grandes, como Vietnam, que antes no participaban, y la introducción de nuevas tecnologías, que han hecho que productores tradicionales, como Brasil, hayan mejorado sus rendimientos³⁴. En consecuencia, en tres años los precios internacionales del café se redujeron en más de un 50%, al punto de que en el 2001 se llegó a pagar menos de 0,50 dólar por libra, algo que no se había visto en los últimos 30 años³⁵. Es más, incluso con los ajustes por inflación, el precio “real” del café en grano es de apenas un 25% del que se obtenía en 1960.

[El] mercado mundial del café se halla en una situación paradójica [...] Agobiado por el lentísimo crecimiento del consumo, el comercio se encuentra inundado de cafés de mala calidad [...] Al mismo tiempo, la industria de cafés finos no encuentra café de calidad en ninguna parte. En otras palabras, los bajos precios internacionales han empujado a los países productores de café a una “crisis cafetalera” que, por un lado, ha puesto en peligro el sustento de millones de pequeños agricultores pero, por otro, tiene a los tosta-

33 ICO, *Coffee Market Report* 5, tabla 3, diciembre de 2002.

34 La capacidad y disposición de las empresas procesadoras de café para utilizar cantidades mayores de café robusta, de menor calidad, ha servido para bajar los precios de todas las variedades de café, incluso del arábica. Los **Cuatro grandes** (Big Four: Kraft, Nestlé, Proctor & Gamble y Sara Lee) han aumentado el porcentaje de café robusta en sus mezclas, al utilizar una tecnología de limpieza a vapor (*steam-cleaning*) y agregando otros sabores de modo que eliminan y disfrazan el fuerte sabor de esta variedad. Stein, Nicholas, “Crisis in a Coffee Cup”, en *Fortune*, 9 de diciembre de 2002, p. 204. Ver también McLaughlin, Katy, “Coffee that’s Good to the Last Twig”, en *Wall St. J.*, 19 de noviembre de 2002, en D1.

35 ICO, www.ico.org; Charveriat, Celine, *Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices*, Oxfam, mayo de 2001 (en adelante Oxfam-Bitter Coffee). Los precios son los determinados por el indicador de precios compuesto de ICO, para todas las variedades de café.

dores de cafés selectos buscando desesperadamente, y a cualquier precio, café de buena calidad³⁶.

En efecto, los bajos precios del café en el mercado mundial han desatado una crisis de consecuencias devastadoras para los pequeños productores de café, para sus empleados y las familias de estos y para las comunidades en general. De acuerdo con la OIC, “[el] descenso sin precedentes en el precio del café ha arruinado a muchos pequeños productores y ha disparado las dificultades económicas de muchos países que dependían de la exportación del café”³⁷. La mayoría de los países exportadores de café son pobres y se encuentran en proceso de desarrollo, y la exportación de este grano constituye, en muchas ocasiones, la principal fuente de ingresos nacionales³⁸. Las zonas rurales que se dedican a este cultivo generalmente son las más pobres de los países productores de café, y un número significativo de pequeños cafetaleros son agricultores de subsistencia que dependen del efectivo que ganan con su cosecha para comprar alimentos, medicinas y ropa, y para cubrir otras necesidades básicas.

Actualmente, numerosos caficultores venden las cosechas muy por debajo del costo de producción y, al mismo tiempo, el precio que los procesadores o los intermediarios les pagan a los finqueros pequeños, por libra, muchas veces corresponde a la mitad de lo que se paga en los mercados mundiales. No hay duda de que los productores de café robusta han sido los más perjudicados, pero los de café arábica no escapan a esta crisis y reciben precios inferiores a los costos. Muchos finqueros han optado por sembrar otros cultivos y prefieren dejar el cafetal abandonado y buscar otro trabajo antes que asumir el costo de una cosecha más. De acuerdo con Oxfam, una organización internacional para el desarrollo, “[...] las familias que dependen del café están sacando a sus hijos de la escuela, sobre todo a las niñas. Ya no pueden comprar las medicinas básicas y están recortando en alimentación”³⁹.

No hay duda de que las personas que trabajan directamente en los cafetales, sin importar si estos son grandes o pequeños, son las más pobres y vulnerables del sector cafetalero. En Centroamérica, cientos de miles de personas que tenían trabajo permanente en los cafetales

36 Ponte, “Specialty Coffee: the Challenge of Quality...”.

37 ICO, *Coffee Market Report* 5, tabla 3...

38 Ver en general Lewin, Giovannucci y Varangis, *Coffee Markets: New Paradigms...*

39 Oxfam, *Poverty in your Coffee...*, p. 6.

fueron despedidas a causa de los bajos precios del café⁴⁰. Sólo en Guatemala, entre el 2001 y el 2003, se eliminaron por lo menos 250 000 empleos⁴¹. Los caficultores grandes han optado por reducir la cantidad de empleados permanentes y contratar mano de obra temporal. En Brasil, muchos trabajadores despedidos y finqueros pequeños tuvieron que abandonar sus tierras y buscar empleos temporales y migratorios⁴². El descalabro social que se ha producido amenaza con condenar a millones de personas al hambre, el desarraigo, la enfermedad y la miseria.

Derechos humanos que se encuentran en juego

El deterioro en la calidad de vida de los pequeños caficultores y las condiciones de trabajo que se observan en la producción del café son temas que han despertado el interés de los consumidores y preocupan a los defensores de los derechos humanos y el desarrollo sostenible.

El aspecto de los derechos humanos más apremiante en el sector cafetalero es el impacto de la crisis cafetalera en las personas, las familias y las comunidades que dependen enteramente de este cultivo para sobrevivir. Al no tener una fuente alternativa de ingresos, su nivel de vida está bajando considerablemente, su salud, su bienestar, y las de sus familiares; un derecho humano codificado en los instrumentos internacionales, se encuentra en peligro⁴³. No está de más recordar que la pobreza extrema constituye una violación a todos los derechos humanos⁴⁴.

El sector privado, en su conjunto, desempeña un papel protagónico en el comercio del café y ciertamente ha contribuido a darle forma a este mercado y a las fuerzas políticas que crearon la crisis cafetalera. Sin embargo, ninguna empresa ni grupos de empresas, pueden, por sí solos, abordar esta crisis. Cualquier intento

40 Varangis, Panos y Bryan Lewin, *The Coffee Crisis in Perspective*, Banco Mundial, 9 de marzo de 2002.

41 Entrevista con Esther Eskenazy, Asociación Nacional del Café, Ciudad de Guatemala, Guatemala, 19 de mayo de 2003 (en adelante entrevista con Eskenazy).

42 "The Plight of Coffee's Children", en *Tea & Coffee Trade J.*, 20 de enero de 2002 (en adelante *Tea & Coffee*).

43 DUDH, artículo 25; Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966) (1966) artículo 11 (en adelante PIDESC).

44 Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, *Derechos humanos y pobreza extrema*, Doc. E/CN.4/2000/52, párrafo 12, 25 de febrero de 2000.

por solucionar las fallas de este mercado exige, necesariamente, la participación de los gobiernos de los países productores de café y de las naciones consumidoras, así como de organizaciones internacionales y de una amplia gama de agentes de la sociedad civil.

Es justamente en la cadena de suministro donde las marcas de café pueden contribuir, de manera más directa, a promover los derechos humanos, tanto en las actividades que lleva a cabo la empresa, como en las que realizan los proveedores y los socios comerciales. Algunos de los problemas que tocan directamente los derechos humanos en el sector cafetalero, y que pertenecen a la esfera de influencia de las empresas, son el trabajo infantil, los salarios inadecuados, las condiciones de trabajo inaceptables y la restricción a la libertad de asociación.

Trabajo infantil

El trabajo infantil es una práctica frecuente en el sector agrícola y se encuentra muy extendida en muchos países productores de café⁴⁵. De hecho, se estima que entre un 7% y un 12% de la fuerza laboral de las fincas comerciales de productos de exportación está compuesta por niños⁴⁶.

La principal razón por la que la mayoría de los niños trabaja es la de contribuir al ingreso familiar. Los bajos precios del café han obligado a los pequeños caficultores y a la mano de obra de los cafetales a sacar a sus hijos de la escuela, lo que ha incrementado el número de niños que se encuentran trabajando en estas plantaciones⁴⁷. El trabajo infantil generalizado en la producción de café es particularmente grave en los países menos desarrollados.

Las escenas de niños trabajando son comunes tanto en los cafetales grandes como en las fincas pequeñas. Si bien es cierto que la mayoría de los países productores de café han adoptado las normas

45 La OIT estima que el 70% del trabajo infantil se da en el sector agrícola. Organización Internacional del Trabajo, *A Future Without Child Labour*, en xi, mayo de 2002 (en adelante OIT 2002). Ver también U.S. Department of Labor, *By the Sweat and Toil of Children: The Use of Child Labor in U.S. Agricultural Imports and Forced and Bonded Labor 2*, pp. 62-66, 1995; Tea & Coffee, *supra* nota 42.

46 *Tea & Coffee* (ver nota 42). En el mundo, los niños ayudan a cosechar, entre otros cultivos, café, cocoa, coco, algodón, frutas y vegetales, jasmín, aceite de palma, caucho, sisal, caña de azúcar, té, tabaco y vainilla.

47 Ver, por ejemplo, *Tea & Coffee* (nota 42), donde se explica que el vínculo entre bajos precios, pobreza y trabajo infantil es inextricable); "Working to Help Coffee's Children", en *Tea & Coffee Trade J.*, 20 de febrero de 2002.

internacionales con respecto a la edad mínima para incorporarse al ámbito laboral, así como las leyes que prohíben el trabajo infantil, en muchos de ellos la aplicación de estas normativas es muy débil o incluso inexistente. En Kenia, por ejemplo, el 30% de los recolectores de café son jóvenes menores de quince años⁴⁸. En Guatemala, donde se estima que una tercera parte de los niños entre siete y catorce años trabaja, los menores de catorce (edad en que legalmente se puede trabajar) normalmente trabajan en labores agrícolas familiares y recogiendo café⁴⁹. En ese país, un porcentaje importante de la población migratoria indígena –familias enteras, muchas de ellas con niños– participa en la recolección del café⁵⁰. Un estudio realizado en Guatemala con 260 niños recolectores de café menores de dieciocho años reveló que 148 de ellos tenían catorce años, o menos, y que el 31% había comenzado a realizar esta actividad desde hacía unos tres o cinco⁵¹. De ellos, el 42% eran “trabajadores permanentes”.

Otra de las causas de la explotación de mano de obra infantil es la falta de opciones educativas. En muchas de las áreas productoras de café, las escuelas se encuentran en zonas remotas y son prácticamente inaccesibles. Otras veces las leyes nacionales no contemplan la educación primaria, gratis y obligatoria. En los cafetales grandes, los hijos de los trabajadores permanentes pueden tener acceso a algún tipo de escolaridad, pero por lo general las instalaciones no son adecuadas y es difícil que todos los niños asistan en forma regular y completen la enseñanza primaria⁵². En Guatemala, la Constitución estipula la educación obligatoria de todos los niños hasta el sexto grado, pero menos de la mitad de la población asiste a la escuela primaria y solo tres de diez estudiantes que comienzan logran terminar⁵³. El índice de educación es todavía menor entre los niños indígenas y los de las zonas rurales.

48 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

49 Departamento de Estado de los Estados Unidos de América, *Country Reports on Human Rights Practices for 2002: Guatemala*, marzo de 2003 (en adelante DOS 2002).

50 Ver, por ejemplo, Alarcón Glasinovich, Walter, “Child Labor and Education in Latin America”, en Instituto Interamericano de Derechos Humanos y Banco Mundial, *Promoción estatal de los derechos de la niñez*, 2001, págs. 9 y 14.

51 Comisión para la Verificación de Códigos de Conducta (COVERCO), *Mujeres y niñas: las vidas precarias detrás de los granos de café*, marzo de 2003 (en adelante COVERCO 2003).

52 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

53 DOS 2002 (ver nota 49).

Los niños realizan una gran variedad de labores en la producción de café, desde sembrar, aplicar pesticidas y fertilizantes y darle mantenimiento al cafetal, hasta almacenar y procesar el café. No obstante, la mayoría de los que trabajan en la cadena de suministro del café participa en la recolección estacional del grano. A veces laboran en el cafetal de la familia; otras, van con sus familiares a “coger café” a alguna finca, grande o pequeña. Durante la cosecha muchos niños trabajan medio tiempo recogiendo café. En Centroamérica, por ejemplo, el año escolar de Costa Rica y Guatemala está organizado de tal manera que las vacaciones coinciden con la maduración del café. Muchos niños acompañan a sus padres a “las cogidas”, simplemente porque no tienen donde quedarse y, aunque pueden estar en el cafetal sin hacer nada, la mayoría participa, de alguna manera, en la cosecha: recolectando granos maduros, alcanzando las ramas más altas o transportando los canastos llenos de café. Estos niños normalmente ayudan a sus padres a completar la cuota del día, pero no reciben ningún pago directo por ello.

Importa señalar que los niños que cogen café ponen en peligro su salud y su seguridad:

La recolección del café es una labor agotadora y puede dañar seriamente la fisiología de un niño en desarrollo. Las largas horas de trabajo, el calor intenso, la exposición constante al sol y el peligro de ser mordidos por una serpiente constituyen una amenaza permanente para el bienestar de los “niños del café”. Muchos fertilizantes y pesticidas que han sido prohibidos en los Estados Unidos continúan utilizándose en el cultivo del café y son otro factor de riesgo para los niños, que generalmente no usan ningún equipo protector. Con frecuencia estos niños están desnutridos y son enfermizos, sobre todo los hijos de la fuerza laboral migratoria⁵⁴.

De acuerdo con un estudio realizado en Guatemala, el 72% de “los niños del café” trabajan más de doce horas al día en la época de cosecha⁵⁵.

El trabajo que realizan los niños en la cadena de suministro del café no siempre califica como explotación de mano de obra infantil. Las normas legales internacionales prohíben la contratación de menores de catorce años, o de edad menor a la establecida para completar la educación obligatoria, y también de jóvenes menores de

54 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

55 COVERCO 2003 (ver nota 51).

dieciocho años, si el trabajo es, por naturaleza, peligroso para “la salud, la seguridad o la moralidad de los niños”⁵⁶. Pero el derecho internacional contempla excepciones relacionadas con el trabajo en empresas familiares o de pequeñas dimensiones que produzcan para el mercado local y que no empleen regularmente trabajadores asalariados, y, en el caso de niños de apenas doce años, para la realización de “trabajos ligeros”. En Guatemala, por ejemplo, los niños de doce a catorce años pueden trabajar con permiso escrito del Ministerio de Trabajo, y los jóvenes de dieciséis a dieciocho pueden trabajar tiempo completo si tienen permiso⁵⁷.

En términos generales, la participación de los niños en la producción de café viola las normas internacionales cuando: a) hay niños menores de catorce años trabajando tiempo completo, ya sea en cafetales grandes o en fincas familiares que producen café de exportación; b) el trabajo interfiere con la educación primaria; c) las condiciones de trabajo representan una amenaza para la seguridad y la salud de los niños, como en el caso de jornadas de trabajo muy largas, separación de los miembros de la familia, viajes a sitios alejados, labores peligrosas y exposición a sustancias tóxicas. Los hijos de los trabajadores migratorios son particularmente vulnerables porque muchas veces no tienen protección legal ni derecho a conservar su paga, como tampoco posibilidades de asistir a la escuela. No está de más recordar que en Brasil un porcentaje importante de los niños trabajadores son migratorios y temporales⁵⁸.

En la cadena de suministro del café también se observan las peores formas de trabajo infantil. Por ejemplo, en el 2001, la denuncia de esclavización de niños en plantaciones de cacao en Costa de Marfil condujo a acusaciones de mano de obra esclavizada en las fincas cafetaleras de ese mismo país⁵⁹. También hay informes de que la crisis

56 Convención de la OIT n. 138, sobre la edad mínima de admisión al empleo, 26 de junio de 1973, artículo 3; Convención de la OIT n. 182, sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y la acción inmediata para su eliminación, 17 de junio de 1999, artículo 3(d).

57 DOS 2002 (ver nota 49).

58 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

59 “America’s Coffee Tainted by Slavery in Ivory Coast”, en *Knight Ridder*, 25 de junio de 2001. Puede encontrar un análisis de la respuesta de la industria de la cocoa a los alegatos sobre trabajo infantil forzoso y tráfico de niños y niñas, en África occidental, en: Schrage, Elliot y Anthony Ewing, “Business and Human Rights in Africa: the Cocoa Industry and Child Labor”, en 17 *The Journal of Corporate Citizenship*, Reino Unido, primavera de 2005.

del café ha empujado a los hijos de los trabajadores de los cafetales a otra forma de explotación infantil, la prostitución infantil⁶⁰.

Salarios por debajo del mínimo aceptable

Por lo general, la mano de obra que se emplea en los cafetales recibe salarios que están por debajo del mínimo y que no alcanzan para cubrir las necesidades básicas.

Puede ser que los salarios mínimos de los que tienen trabajo permanente estén regulados por ley, pero la Ley de Salarios Mínimos no siempre se aplica. Por ejemplo, de acuerdo con el Departamento de Estado de los Estados Unidos, la agudización de la crisis cafetalera ha incrementado la violación del ya de por sí debilitado cumplimiento de la Ley de Salarios Mínimos en Guatemala⁶¹. En un estudio realizado en ese país, más de la mitad de los trabajadores de los cafetales manifestó que no les pagaban “horas extra” ni recibían los beneficios laborales estipulados por ley, y casi la mitad aseguró que sólo cobraba menos de la mitad del salario mínimo, en flagrante violación de las leyes laborales guatemaltecas⁶². Es más, en Guatemala, luego del incremento salarial que tuvo lugar en el 2003, muchos caficultores aumentaron la cuota de trabajo necesaria para recibir el salario mínimo, con lo que en realidad redujeron el pago de los trabajadores⁶³.

Por otra parte, si bien muchos trabajadores permanentes están cubiertos por leyes que exigen el pago de salarios mínimos y la concesión de beneficios laborales, los trabajadores estacionales reciben normalmente su pago en efectivo y sin que medie un contrato o un registro de empleo. Sus ganancias dependen regularmente de la cantidad de café que logren recolectar. En Kenia, los recolectores estacionales reciben apenas una cuarta parte del salario mínimo legal⁶⁴. En Guatemala se les paga por unidad de obra. Según informes de varias organizaciones no gubernamentales, en Guatemala los “cogedores de café” tienen que completar una cuota de 100 libras para poder ganar el mínimo establecido por ley, que es de

60 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

61 DOS 2002 (ver nota 49).

62 COVERCO, *Coffee Workers in Guatemala: a Survey of Working and Living Conditions on Coffee Farms*, febrero de 2000; también, COVERCO 2003 (ver nota 51).

63 Entrevistas a trabajadores, Colomba, Guatemala, mayo de 2003, en archivos de los autores; en adelante Entrevistas a trabajadores (Colomba).

64 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

cuatro dólares por día, y muchas veces se les obliga a trabajar horas extras sin que medie compensación alguna⁶⁵.

Los defensores de los derechos laborales aducen que los salarios mínimos estipulados en muchos países no son realmente “salarios justos”, es decir, salarios que permitan cubrir las necesidades básicas de la familia de un trabajador promedio. Todavía no se ha llegado a un consenso sobre la definición de qué es un salario justo y tampoco hay normas internacionales que obliguen a los empleadores a pagar un salario con el que se pueda vivir; sin embargo, las normas legales internacionales sí respaldan el derecho de los trabajadores a tener un nivel de vida adecuado⁶⁶.

Condiciones de trabajo discriminatorias y poco adecuadas

La discriminación contra las mujeres se observa en la producción de café en todo el mundo. Muchas veces ellas reciben un pago menor por hacer el mismo trabajo que un hombre⁶⁷. En Honduras se estima que las mujeres que trabajan en la industria cafetalera reciben un 30% menos que los varones⁶⁸. En Guatemala, las que tienen empleo permanente en los cafetales, a menudo cobran la mitad de lo que se les paga a ellos y muchas tienen que realizar las labores más peligrosas, como aplicar los fertilizantes⁶⁹. En un estudio realizado con 544 mujeres que trabajaban en los cafetales de una región de Guatemala se encontró que un 61% trabajaba doce horas al día o más, con lo cual se violaba el código laboral guatemalteco, que establece ocho horas diarias de trabajo⁷⁰. Además, las mujeres que recogen café muchas veces no reciben su paga directamente, sino

65 Global Exchange, *Coffee in the Global Economy*, at <http://www.globalexchange.org/campaigns/fairtrade/coffee/coffeeFAQ.html>.

66 DUDH (ver nota 6), art. 23, 3: “Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social”. Y art. 25: “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar...”. El PIDESc hace un llamado a los Estados para que efectúen los pasos necesarios de modo que aseguren la realización de los derechos en condiciones justas y favorables de trabajo, y con un estándar de vida adecuado. PIDESC (ver nota 43), artículos 7 y 11.

67 Ver, por ejemplo, Entrevistas a trabajadores (Colomba) (nota 63). Ver también COVERCO 2000 (nota 62); COVERCO 2003 (nota 51), en 4.

68 *Tea & Coffee* (nota 42).

69 Entrevista con el Father Bernardo Castro, Colomba, Guatemala, 22 de mayo de 2003 (en archivos de los autores).

70 COVERCO 2003 (nota 51).

que su cuota de café sirve para completar la cuota de sus familiares masculinos y son ellos los que reciben el pago⁷¹.

También se ha informado de condiciones laborales poco seguras e insalubres y de alojamiento inadecuado para los trabajadores de los cafetales⁷².

Libertad de asociación

Al igual que ocurre con los trabajadores agrícolas de todo el mundo, es poco lo que los trabajadores de los cafetales –independientemente de que se trate de una plantación grande o una finca pequeña– pueden opinar sobre los términos de empleo o las condiciones de trabajo. En efecto, los trabajadores agrícolas no han podido ejercer con éxito el derecho a asociarse, organizarse y negociar en forma colectiva⁷³. Es más, quienes intentan organizarse corren el riesgo de ser despedidos, se les intimida o se convierten en blanco de amenazas o de ataques, sobre todo en países productores de café con un historial de violencia contra las uniones sindicales.

En Guatemala, por ejemplo, los derechos básicos de los trabajadores se violan con mucha frecuencia⁷⁴. En ese país, la Constitución y el Código Laboral contemplan la libertad de asociación y el derecho a formar sindicatos y a unirse a ellos, pero “en la práctica el gobierno no aplica, de manera efectiva, las leyes laborales para proteger a los trabajadores que hacen uso de sus derechos[...] Las represalias (despidos, hostigamiento y actos de violencia) por parte

71 Entrevistas a trabajadores (Colomba) (ver nota 63).

72 Ver, por ejemplo, COVERCO 2000 (nota 62), donde se cita evidencia anecdótica relativa a los problemas en los programas obligatorios de salud y seguridad, servicios educativos y condiciones higiénicas de vida en las haciendas cafetaleras de Guatemala.

73 La libertad de asociación es un derecho fundamental del derecho internacional. DUDH (ver nota 43), artículos 20, 23, párrafo. 4; Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 16 de diciembre de 1966, artículo 8 (en adelante PIDCP); Convenio de la OIT n. 87, relativo a la libertad sindical y a la protección del derecho de sindicalización, 7 de setiembre de 1948; Convenio de la OIT n. 98 relativo a la aplicación de los principios del derecho de sindicalización y de negociación colectiva, 7 de enero de 1949.

74 Guatemala tiene una larga historia de trabajo forzoso en las grandes plantaciones. En el pasado, el trabajo en las grandes plantaciones de café era realizado por campesinos desposeídos, principalmente guatemaltecos de origen indígena, que trabajaban en la modalidad de servidumbre por deudas; persisten alegatos sobre la existencia en la actualidad de este tipo de arreglo laboral. Ver, por ejemplo, COVERCO 2000 (nota 62); Paige, Jeffrey M., *Coffee and Power*, 1997, p. 69: “Since its origins in the late nineteenth century, the Guatemalan coffee production system has been dominated by various forms of forced labor” (Desde sus orígenes, en el siglo XIX, el sistema de producción cafetalera de Guatemala ha estado dominado por varias formas de trabajo forzoso). (Traducción de la editora).

de patronos y terceros contra los trabajadores que intentan ejercer derechos laborales reconocidos a nivel internacional, son muy comunes y generalmente quedan impunes”⁷⁵. Es más, en Guatemala, quienes trabajan en los cafetales han manifestado que los dueños de las plantaciones tienen la costumbre de hacer “listas negras” para no contratar a aquellos trabajadores de los que se piensa que podrían motivar la formación de sindicatos⁷⁶.

La respuesta de la industria del café

Los medios más efectivos para eliminar el trabajo infantil, garantizar la libertad de asociación y exigir el cumplimiento de condiciones aceptables de trabajo en la producción de café son la regulación nacional y la aplicación de leyes locales congruentes con la normativa laboral internacional. No obstante, dada la ausencia de acciones gubernamentales para proteger y garantizar los derechos humanos en el sector cafetalero, los defensores de estos derechos han hecho un llamado a las empresas transnacionales para que hagan cumplir los estándares mínimos en sus actividades y en las de sus proveedores.

A continuación presentamos tres iniciativas que han abordado el problema de los derechos humanos en la producción del café: la Certificación de Comercio Justo, el programa Prácticas de Equidad con el Productor de Café (CAFE, por sus siglas en inglés) de la empresa Starbucks, y el Código Común para la Comunidad Cafetalera. Todas ellas son ejemplos del potencial de los esfuerzos privados en la promoción de los derechos humanos.

Certificación (Café) de Comercio Justo™

Uno de los objetivos principales del café respaldado por la Certificación de Comercio Justo™ es lograr el mejoramiento de las condiciones de vida de los pequeños caficultores mediante la creación de un mercado donde el café se compra a precios fijos y se negocia directamente con los finqueros.

Fair Trading Labelling Organizations International (FLO), un consorcio de iniciativas nacionales de comercio equitativo, con sede en Europa, Norteamérica y Japón, formuló una serie de estándares para la producción de café, cuyo fin es certificar que los agricultores están recibiendo un precio justo por sus productos, que los productos son cultivados por agricultores organizados en cooperativas demo-

75 DOS 2002 (ver nota 49).

76 Entrevistas a trabajadores (Colomba) (ver nota 67).

cráticas y participativas, y que las técnicas de producción son respetuosas del ambiente. La FLO inspecciona, audita y certifica a las cooperativas de agricultores con una regularidad anual⁷⁷.

Los primeros en importar café de Comercio Justo™ fueron unos tostadores holandeses que en 1973 compraron este producto a varias cooperativas de Guatemala. Para poder participar en el Comercio Justo™ de café, los caficultores deben ser pequeños agricultores y pertenecer a una cooperativa, o asociación de agricultores, democrática y participativa, en la que ellos (los pequeños agricultores) sean la mayoría. En la actualidad, más de 200 cooperativas de café, que representan a unos 800 000 agricultores y a unas 400 empresas de café, venden café de Comercio Justo™ con el aval de la FLO.

El programa de Certificación de Comercio Justo™ aborda la normativa laboral, pero está dirigido a agricultores que emplean pocos trabajadores. Las organizaciones productoras de café que forman parte del programa deben apegarse a las leyes nacionales, impedir la discriminación y prohibir el trabajo forzado o infantil, de conformidad con los estándares de la OIT. Los estándares de la FLO piden que las organizaciones de productores cumplan “tanto como sea posible” con los requisitos establecidos en las convenciones de la OIT y “que adopten medidas para mejorar las condiciones de trabajo y para garantizar [...] que los trabajadores participen de los beneficios que se derivan del comercio equitativo”⁷⁸. Sin embargo, los estándares de la FLO que aluden a la libertad de asociación, a la negociación colectiva, así como a la salud y la seguridad ocupacionales, se aplican únicamente a organizaciones de pequeños agricultores que emplean un número significativo de productores. Por definición, las cooperativas que producen café de Comercio Justo™ emplean poca mano de obra y por ello los supervisores de la FLO no verifican las condiciones laborales en las fincas que participan en el programa⁷⁹. Las grandes plantaciones de café no pueden formar parte de la iniciativa de Comercio Justo™⁸⁰.

77 Ver en general FairTrade Labeling Organizations International (FLO), *FairTrade Standards for Coffee*, junio de 2004 (en adelante FairTrade Standards).

78 FairTrade Standards (ver nota 77), p. 2.

79 Algunas cooperativas certificadas por FairTrade hacen intentos reales por conocer si los productores integrantes de las mismas pagan a sus asalariados el sueldo mínimo. Entrevista con Jerónimo Bollen, Manos Campesinas, Quetzaltenango, Guatemala, 21 de mayo de 2003 (en el archivo de los autores).

80 En el caso de las plantaciones de té y banano, generalmente producidos por grandes plantaciones, el FLO ha desarrollado criterios para analizar temas tales como salarios, condiciones laborales y de vida, y el derecho de los trabajadores a organizarse.

Los costos de verificación y certificación del café de Comercio Justo™ lo asumen las marcas de café. Estas marcas pueden vender café de Comercio Justo™ si se lo compran directamente a los agricultores, al precio fijado por la FLO, mediante contratos anuales, y si les ofrecen facilidades de crédito a los pequeños agricultores. Actualmente el precio del café de Comercio Justo™ se halla fijado en un mínimo de 1,26 dólares por libra, con una prima de 0,05 dólar por libra sobre el precio vigente en el mercado mundial si el precio vigente en este mercado es superior a 1,26 dólares. Desde 1997, el precio mínimo del café de Comercio Justo™ ha estado por encima del precio vigente en el mercado mundial y en ocasiones ha subido a más de \$1,06 por libra.

El café de Comercio Justo™ beneficia a un número relativamente pequeño de caficultores, que representan un porcentaje ínfimo de la producción total de café. En todo caso, de acuerdo con TransFair USA, el miembro estadounidense de la FLO, el café con Certificación de Comercio Justo™ ha generado más de 18 millones de dólares en ingresos adicionales a las familias de los agricultores⁸¹. Aunque la demanda de café con Certificación de Comercio Justo™ está creciendo rápidamente, todavía no se halla en condiciones para sostener una ampliación de la certificación a las grandes plantaciones. En algunos países europeos, el café de Comercio Justo™ ha logrado capturar hasta un 5% de las ventas al por menor, pero en Estados Unidos apenas si ha capturado un 3% de las ventas de cafés finos⁸². En el 2000, las ventas de café de Comercio Justo™ ascendían a 300 millones de dólares al año en Europa. En el 2003, Estados Unidos importó 18,7 millones de libras de café de Comercio Justo™, lo que significó un total de 208 millones de dólares en ventas al por menor, es decir, un 2,3% del mercado de cafés “gourmet”⁸³. Cabe señalar que menos de la mitad del volumen del café que producen los caficultores actualmente certificados por la FLO se vende como café de Comercio Justo⁸⁴. Y si las grandes plantaciones de café adoptaran

81 Rice, Paul, “FairTrade: a More Accurate Assessment”, en *Chazen Web J. Int'l Bus.*, marzo de 2003, en <http://www.gsb.columbia.edu/chazenjournal>.

82 En 1999, TransFair USA dijo que esperaba ganar el 5% del mercado de café de los Estados Unidos, así como un porcentaje aún mayor del mercado del café especial. Carlton, Jim, “A Global Effort for Poor Coffee Farmers”, en *Wall Street Journal*, 23 de noviembre de 1999, en A2.

83 “FairTrade Coffee Grew 91 Percent in 2003”, en *The San Francisco Business Times*, 29 de marzo de 2004; SCAA, “Specialty Coffee Retail in the USA 2003-04”.

84 En 2000, se vendieron, a nivel mundial, 29.1 millones de libras de café certificado por el FLO, de un total estimado de 165 millones de libras de capacidad

los estándares que se necesitan para obtener la Certificación de Comercio Justo™, su producción inundaría el mercado actual de este Comercio.

Con respecto a las condiciones laborales asociadas a la producción de café, el impacto del programa de Certificación de Comercio Justo™ ha sido limitado. Una de las razones podría ser que la conexión entre el precio del café y los estándares laborales vigentes en las pequeñas fincas cafetaleras es indirecta. Al aumentar los ingresos de los productores, el café de Comercio Justo™ puede contribuir a reducir el trabajo infantil, porque los pequeños caficultores no se sentirán tan presionados para sacar a sus hijos de la escuela; sin embargo, la razón principal por la que muchos agricultores recurren al trabajo infantil es para no tener que pagar mano de obra del todo. Según un comentario “[...] la problemática del trabajo infantil en las labores agrícolas no parece tener una solución en el futuro cercano. Mientras haya pobreza en las comunidades, los niños van a seguir trabajando en los cafetales”⁸⁵.

Programa Prácticas de Equidad con el Productor de Café (CAFE) de la empresa Starbucks

Starbucks fue la primera empresa de café de renombre mundial que formuló estándares voluntarios de derechos humanos relacionados con la producción de café, y en el año 2000 se convirtió en una de las primeras empresas de cafés finos que ofertó café de Comercio Justo™. En el 2001, Starbucks lanzó un programa de “proveedores preferentes”, que otorga incentivos financieros a aquellos proveedores que cumplan con una serie de estándares mínimos relacionados con la transparencia económica, las condiciones sociales, incluidas las condiciones laborales, y las condiciones ambientales.

El aumento en las ventas de cafés finos es sinónimo del crecimiento que ha experimentado Starbucks, el distribuidor de café fino más grande del mundo y la décima empresa en ventas mundiales de café⁸⁶. En quince años, Starbucks pasó de ser una pequeña cadena de

productiva certificada por esa entidad. Ponte (ver nota 31). Algunas de las cooperativas participantes sostienen que la baja demanda por parte de los consumidores, así como el aumento de cooperativas certificadas por FLO, han limitado la cantidad de café vendible a los precios certificados por FLO. Entrevista con Carlos Jones, director ejecutivo, Consorcio de Cooperativas de Caficultores de Guanacaste y de Montes de Oro R.L. (COOCAFE), San José, Costa Rica, 23 de abril de 2003 (en el archivo de los autores).

85 *Tea & Coffee* (ver nota 42).

86 En 2004, las ventas brutas de Starbucks alcanzaron 5 300 millones de dólares.

cafeterías de Seattle a tener más 7 000 sucursales en más de 30 países. Starbucks compra y vende exclusivamente café arábica, sobre todo de productores latinoamericanos.

En 1994, una coalición de organizaciones activistas estadounidenses lanzó una campaña pública para que Starbucks tomara medidas a favor de las condiciones laborales de los trabajadores de los cafetales en Guatemala, uno de los principales productores para la empresa. Concretamente se le pedía que estableciera un código de conducta para sus proveedores, que pusiera en marcha un sistema de supervisión de las plantaciones de café y que no entablara relaciones comerciales con proveedores que no cumplieran con los estándares laborales mínimos⁸⁷.

En un principio Starbucks se resistió a establecer un código de conducta, aduciendo que exigir esto a los proveedores implicaría “meterse en los asuntos de otros países”, y que, además, era algo que resultaría difícil de aplicar⁸⁸. Sin embargo, al cabo de un año, Starbucks adoptó un Marco para un Código de Conducta que incluía no solo el respeto a los derechos humanos, sino los siguientes principios: a) que los salarios y beneficios debían “cubrir las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias”; b) que el trabajo infantil no debía “interferir con la educación obligatoria”; c) que las personas tenían el derecho a asociarse y a “trabajar porque quieren o necesitan hacerlo, no porque se les obliga”⁸⁹. El Código de Starbucks fue el primer código propuesto por una empresa estadounidense de grandes dimensiones importadora de un producto agrícola básico. De acuerdo con el presidente de Business for Social Responsibility (Empresas a favor de la Responsabilidad Social), una asociación empresarial con sede en Estados Unidos, el Código de Starbucks constituiría “un punto de referencia para muchos importadores de productos agrícolas” y “ayudaría a otras empresas a evaluar si lo que están haciendo es suficiente o no”⁹⁰.

87 La coalición incluye el U.S./Guatemala Labor Education Project (proyecto conjunto de capacitación laboral, Estados Unidos de América/Guatemala), y la Coalición por Justicia para los Trabajadores del Café (Coalition for Justice for Coffee Workers), e incluye organizaciones religiosas, de derechos humanos y diversos grupos solidarios centroamericanos.

88 Ramsey, Bruce, “Starbucks Criticized on Coffee-Worker Promise”, en *Seattle Post-Intelligencer*, 6 de marzo de 1997, en B1.

89 Starbucks, Framework for a Code of Conduct (Marco para un Código de Conducta), 1995 (en archivo de los autores).

90 Zachary, G. Pascal, “Starbucks Asks Foreign Suppliers to Improve Working Conditions”, en *Wall St. J.*, 23 de octubre de 1995, en B4.

Por haber asumido una posición de liderazgo entre las marcas importadoras de productos agrícolas, Starbucks se convirtió en blanco de presión para los activistas, que pedían una ampliación del Código y el establecimiento de un régimen de supervisión que hiciera cumplir, de manera efectiva, los estándares laborales mínimos en la industria del café en Guatemala. Los activistas querían usar el prestigio de Starbucks como catalizador para lograr un cambio en la industria del café en todo el mundo.

Obviamente Starbucks no puede, por sí sola, acabar con la explotación laboral que tiene lugar en el sector cafetalero. Pero si Starbucks adopta las medidas que ha prometido, y si otras marcas estadounidenses importadoras de café siguen su iniciativa, entonces su código realmente va a marcar una diferencia en la vida de los trabajadores de los cafetales, no solo en Guatemala sino en el resto del mundo, y así se justificarían toda la cobertura periodística positiva y todos los premios que ha recibido Starbucks⁹¹.

Más adelante los activistas presionaron a Starbucks para que comprara café de Comercio Justo. En febrero del 2002, luego que las televisoras mostraron las condiciones de trabajo en las plantaciones de café en Guatemala y a los grupos de manifestantes que acudieron a la reunión anual de accionistas, Starbucks anunció la importación de un único embarque de 75 000 libras de café de Comercio Justo™. En abril del 2000, tres días antes de las protestas que se planeaba realizar en todas las cafeterías de Starbucks en Estados Unidos, la compañía anunció que había llegado a un acuerdo para ofertar café con Certificación de Comercio Justo™ en todas sus tiendas⁹². Desde entonces, la cantidad de café de Comercio Justo™ que compra Starbucks ha crecido en forma sostenida⁹³.

En el 2001, Starbucks estableció un programa de proveedores preferentes que otorga incentivos financieros a aquellos productores de café que cumplan con los requisitos mínimos en materia de transparencia financiera y condiciones sociales y ambientales⁹⁴.

91 Coats, Stephen, director ejecutivo del U.S./Guatemala Labor Education Project, "Letter to the Editor: Corporate Codes of Conduct a Start", en *Chicago Tribune*, 3 de julio de 1996, p. 26.

92 Ver, por ejemplo, Hornblower, Margot, "The Politics of Coffee: Wake Up and Smell the Protest", en *Time*, 17 de abril de 2000.

93 Starbucks compró 4,8 millones de libras de café certificado por FairTrade en 2004. Starbucks, *Striking a Balance: Corporate Social Responsibility* (Informe anual fiscal de 2004).

94 Starbucks, *Green Coffee Purchasing Pilot Program for Preferred Suppliers*, 12 de noviembre de 2001 (en adelante Starbucks Guidelines). El programa de

El programa Coffee and Farmer Equity (CAFE), lanzado formalmente por Starbucks en el 2004 tras dos años de aplicación experimental y de obtener retroalimentación de parte de proveedores y organizaciones no gubernamentales es “un programa de incentivos orientado al desempeño, que le otorga preferencia de compra a los productores de café cuyo producto ha sido cultivado, procesado y comercializado guardando la debida responsabilidad ambiental, social y económica”⁹⁵.

El Programa se encuentra abierto a todos los proveedores que anteriormente le han vendido café a Starbucks. Para participar en el Programa, el proveedor debe, ante todo, cumplir con una serie de requisitos mínimos relacionados con la calidad del café y la fiabilidad económica, de manera que sea posible documentar que una parte equitativa de cualquier prima (sobre el precio fijado) que le pague Starbucks al proveedor va a llegar al procesador y en última instancia al agricultor que produjo el café.

De conformidad con el Programa, los proveedores y las redes de proveedores de café deben ser calificados por verificadores independientes en tres áreas: a) responsabilidad social; b) condiciones ambientales del cultivo del café; c) condiciones ambientales del procesamiento del café. Los proveedores pueden ganar hasta 40 puntos por cumplir con dos de las categorías contempladas en los criterios sociales que son: las prácticas de contratación y de políticas de empleo, y las condiciones de trabajo⁹⁶.

El Programa establece directrices que pueden ser adoptadas por los proveedores de manera voluntaria y señala los criterios específicos que los proveedores deben cumplir para ganar puntos. En la categoría de prácticas de contratación y empleo, por ejemplo, la compensación que reciben, tanto los empleados que trabajan tiempo

Starbucks fue desarrollado en sociedad con el Center for Environmental Leadership in Business (Centro para el Liderazgo Empresarial en Medio Ambiente) de Conservation International.

95 Scientific Certification Systems, *CAFE Practices Program Overview, Starbucks Coffee Company Preferred Supplier Program*, 29 de marzo de 2004.

96 Las categorías (cinco puntos cada una) que califican para las prácticas de contratación y las políticas de empleo son: Salario mínimo de subsistencia, Regulación de horas extras, Libertad de asociación, Negociación colectiva, Vacaciones, Regulación sobre salidas por enfermedad, Trabajo infantil, Discriminación y Trabajo forzoso. Las categorías (cinco puntos cada una) que califican respecto a las condiciones de trabajo son: Acceso a vivienda, agua y servicios sanitarios, Acceso a educación, Acceso a atención médica y Acceso a capacitación, salud y seguridad. *Scientific Certification Systems, CAFE Practices Generic Evaluation Guidelines*, 9 de noviembre de 2004.

completo como los que tienen trabajo temporal, debe ser igual o superior a lo que establecen las leyes nacionales. Debe, asimismo, garantizarse el derecho de los trabajadores a organizarse y a negociar libremente, conforme a lo establecido en las leyes nacionales y en las obligaciones internacionales, y, en este sentido, el Programa alude a las convenciones de la OIT en materia de libertad de asociación, de organización y de negociación colectiva⁹⁷. Todo empleado tiene derecho a por lo menos un día libre por cada siete trabajados y los que trabajan tiempo completo deben recibir pago por incapacidad, en caso de enfermedad. Con respecto al trabajo infantil, las directrices establecen que Starbucks no aceptará la “contratación directa” de ninguna persona menor de catorce años y manifiestan su preferencia porque ningún proveedor contrate jóvenes menores de quince años, o en edad de asistir a la educación obligatoria, durante el horario escolar. Las directrices también remiten a las convenciones de la OIT en lo que respecta a igualdad de remuneración por igualdad de trabajo y a la aplicación de prácticas no discriminatorias en la contratación de personal, así como en el resto de las actividades laborales⁹⁸, y prohíben el trabajo forzado o involuntario, el castigo corporal o cualquier tipo de coerción física o psicológica.

En la categoría de condiciones laborales, el proveedor gana puntos si brinda a los trabajadores que lo necesiten un alojamiento cómodo y seguro, y a todos los trabajadores, en general, y a sus familias, la posibilidad de recibir enseñanza y cuidados médicos regulados, como también al adoptar las medidas necesarias para garantizar la salud y la seguridad de aquellos jornaleros que tengan que manipular agroquímicos o que se hallen expuestos a ellos.

De acuerdo con el Programa, dos grupos de criterios –los que se relacionan con el salario mínimo, la igualdad de remuneración por igualdad de trabajo, las horas de trabajo y las horas extra, y los que se relacionan con el trabajo infantil, la contratación no discriminatoria y la prohibición del trabajo forzado– son requisitos obligatorios para todo proveedor que aspire a ser designado “proveedor estratégico o proveedor preferente”. Otros criterios sociales contemplados en el Programa, como la libertad de asociación y las condiciones laborales adecuadas, otorgan puntos pero no son obligatorios.

97 Convenciones de la OIT n. 87 y n. 98. (Ver nota 73).

98 Convención de la OIT n. 100, relativa a la igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor, 29 de junio de 1951; Convención de la OIT n. 111, Convenio relativo a la discriminación en materia de empleo y ocupación, 25 de junio de 1958.

Los participantes son calificados por verificadores independientes sobre la base de la solicitud del proveedor, la documentación aportada y las visitas de campo. Los verificadores, entre los que figuran organizaciones privadas, organizaciones sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales, deben visitar todas las plantaciones grandes y una muestra de las fincas pequeñas que formen parte de la red del proveedor⁹⁹.

Los proveedores reciben el rango de “proveedor preferente” o de “proveedor estratégico” según los puntos acumulados. Se necesita un mínimo del 80% del total posible en cada una de las categorías para ser designado como “proveedor estratégico”, y del 60% para ser escogido como “proveedor preferente”. En las decisiones de compra de Starbucks, los “proveedores preferentes” tienen prioridad y son elegibles para suscribir “contratos preferentes”. Los “proveedores estratégicos” les llevan ventaja a los “proveedores preferentes” y reciben una prima adicional de 0,05 dólar por libra de café vendida a Starbucks durante su primer año como “proveedores estratégicos”.

El puntaje del programa y los incentivos financieros que otorga el programa CAFE fueron revisados por la empresa a la luz de los resultados del “programa piloto de proveedores preferentes”. Durante los dos años que duró esta etapa experimental, por cada diez puntos que ganaba un proveedor, Starbucks le pagaba cinco centavos de dólar extra por cada libra de café comprada y un máximo de hasta diez centavos extra por libra. Durante la etapa experimental Starbucks recibió solicitudes de casi 250 proveedores de veinte países diferentes, aunque en un principio la mayoría eran de Centroamérica¹⁰⁰. En el 2004, Starbucks compró 43,5 millones de libras de café de “proveedores preferentes”. Ahora, más que crear un incentivo financiero para acumular puntos según los criterios establecidos, el Programa pone énfasis en el establecimiento de relaciones comerciales de largo plazo y busca establecer estándares mínimos *de facto* para todos los proveedores que deseen venderle café a la empresa. El Programa CAFE ha recibido solicitudes que suponen la participación de unas 900 fincas y de unos 190 beneficios. Starbucks espera que en cinco años plazo, el 70% de su café venga de “proveedores preferentes” adscritos al Programa¹⁰¹.

99 *Scientific Certification Systems, CAFE Practices Verifier's Manual*, 29 de marzo de 2004.

100 Starbucks, “Starbucks CAFE Practices Program Update: January 25, 2005”.

101 Schrage, Elliot, “Supply and the Brand”, en *Harvard Business Review*, junio de 2004.

La pregunta que surge es si la bonificación que otorga Starbucks es suficiente para atraer nuevos proveedores y para cubrir los costos de darle cumplimiento a todos los requisitos del Programa, costos que deben ser asumidos por los mismos proveedores. Los personeros de Starbucks son enfáticos al señalar que su Programa no es una nueva certificación o un nuevo programa de etiquetado, sino una forma de promover relaciones de largo plazo con sus proveedores en aras de un mejor desempeño ambiental y social.

Todavía no está claro si el Programa podrá captar la participación de los pequeños agricultores. Un primer obstáculo para los pequeños caficultores es poder cumplir, de manera regular, con las normas de calidad de Starbucks, lo que es un prerrequisito para poder participar en el Programa. Por esta razón muchas cooperativas que han obtenido la Certificación de Comercio Justo™ no cumplen con las normas de calidad de los cafés finos. Esta es una limitación inherente a cualquier programa cuya finalidad última es satisfacer las demandas de calidad de los mercados de consumo.

Un segundo obstáculo es el cumplimiento del Programa. Por lo general, es mucho más fácil para los productores grandes –que controlan la producción y el procesamiento– cumplir con todas las directrices del Programa y demostrar este cumplimiento. Cuando los productores pequeños le venden su café a un beneficiador o a un exportador más grande, se torna sustancialmente más difícil seguir el recorrido de esos granos a lo largo de la cadena de suministro que llega a Starbucks. Surge entonces la pregunta, ¿le llegará realmente la bonificación de Starbucks al “proveedor preferente” que cosechó el café? Aunque Starbucks ha incrementado la cantidad de café que adquiere directamente de los finqueros, para la compañía es poco práctico desde el punto de vista comercial adquirirlo de esta manera y proveniente de miles de productores. La empresa enfrenta ese mismo reto, pero en reversa, en el momento de verificar si los exportadores y los beneficiadores están cumpliendo con los criterios del programa, en aquellos casos en que exportadores y beneficiadores les compran café a cientos de caficultores diferentes. Los caficultores más pequeños también podrían carecer de documentos básicos, como títulos de propiedad y registros de producción, ambos necesarios para demostrar el cumplimiento del programa.

Por lo general, las plantaciones grandes y los productores integrados verticalmente tienen más posibilidades de cumplir con los requi-

sitos técnicos relacionados con las iniciativas que promueven el cumplimiento de normas laborales y de calidad. Un análisis preliminar del programa experimental de Starbucks señaló que el desempeño general de una finca se encuentra positivamente vinculado con su tamaño, en particular cuando se trata de criterios ambientales intensivos capitales, como la conservación del agua¹⁰². El tamaño de la finca también afecta el grado de cumplimiento del proveedor en materia de salarios y beneficios.

El reto de atraer pequeños proveedores queda claramente ilustrado con los resultados que se obtuvieron durante la fase experimental del programa en Guatemala. Todos los proveedores guatemaltecos que recibieron el rango condicionado de “proveedor preferente” correspondían a plantaciones grandes (de nueve hectáreas al menos) que ya le vendían café a Starbucks. Antes de ser escogidas para participar, ya estas fincas cumplían con los requisitos de calidad de Starbucks, recibían un mayor precio por un café de mejor calidad y cumplían de manera significativa con los requisitos del programa. Entre los proveedores preferentes había fincas cafetaleras que contaban con lo último en tecnología y con programas ejemplares para sus empleados. Un proveedor preferente, por ejemplo, contaba con servicio de guardería y una enfermera de tiempo completo, y desde la década de 1930 facilitaba el acceso de sus trabajadores a la educación primaria. Otro proveedor preferente había construido una clínica de salud donde un médico laboraba medio tiempo atendiendo a los empleados de esa y de otras fincas a las que el proveedor les compraba café de exportación. Los cambios que tenían que hacer los proveedores preferentes del plan experimental para cumplir con los requisitos del Programa, incluían básicamente cuestiones ambientales, como la mejora en el manejo del agua.

El programa de Starbucks no es una solución para el deterioro causado en el nivel de vida de los trabajadores por los bajos precios del café. Los productores de cafés finos son los menos afectados por la crisis cafetalera. En Guatemala, por ejemplo, donde Starbucks adquiere aproximadamente un 10% de la producción de café, los productores que le venden el café arábica de mayor calidad a Starbucks ya obtenían precios relativamente altos, incluso antes de conseguir una bonificación del Programa, y, por lo tanto, han estado

102 Hughes, Peter, Facultad de Derecho de la Universidad de Columbia, monografía presentada en Seminario, sin publicar (en archivos de los autores).

protegidos de la crisis económica que ha golpeado de manera más aguda a los proveedores guatemaltecos de cafés de menor calidad. Starbucks sólo adquiere un poco más del 2% de la oferta mundial de café y compra exclusivamente café arábica de buena calidad. En el 2003 Starbucks pagó un precio promedio de 1,20 dólar por libra.

Los esfuerzos realizados por Starbucks para mejorar las condiciones de producción y para garantizar una oferta sostenible de café arábica constituyen un intento por vincular los estándares laborales con el mejoramiento de la calidad, lo que refleja la preocupación de la empresa por la disponibilidad de café en el futuro. Como señala el Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Starbucks para el año 2001 “[como] los estándares de calidad de Starbucks son tan altos, una de nuestras necesidades más apremiantes es la de asegurar la disponibilidad a largo plazo de café verde y sin tostar, cultivado por finqueros que conozcamos y en los que podamos confiar. La sostenibilidad de estos cafetales se encuentra intrínsecamente ligada a nuestro éxito”¹⁰³. Las gestiones efectuadas de manera voluntaria para mejorar la calidad del café y que incorporan criterios laborales, como el programa, CAFE, de Starbucks, son una oportunidad para crear una “carrera hacia la cima”, por lo menos entre los caficultores que se especializan en cafés finos (arábica) en el mundo entero. Starbucks incentiva a los proveedores participantes a mejorar paulatinamente sus estándares sociales. Los proveedores, por su parte, consideran que los principales beneficios que les depara su participación en el programa son los económicos y la posibilidad de tener una relación directa con Starbucks¹⁰⁴. Está por verse si el Programa logrará alcanzar el objetivo de la empresa de asegurar el suministro futuro de café arábica de alta calidad y de incentivar a los proveedores a mejorar significativamente las condiciones sociales en las que se produce el café.

Código Común para la Comunidad Cafetalera

Hasta hace poco, las principales empresas compradoras de café verde de todo el mundo no habían admitido públicamente ninguna responsabilidad por las condiciones de producción del café. En 1997, cuando comenzó la presente crisis cafetalera, ninguna marca de café de renombre había adoptado o endosado un código de conducta

103 Starbucks, *Starbucks Corporate Social Responsibility Report*, año fiscal de 2002, 2003, p. 4.

104 Entrevistas con productores de café guatemaltecos, Ciudad de Guatemala, Guatemala, 20 de mayo de 2003 (en archivos de los autores).

voluntario para el cultivo del café. Pero desde finales de la década de 1990, las empresas Kraft, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee han ido adoptando códigos de conducta que abordan el tema de los derechos humanos en sus actividades y, en algunos casos, en las actividades de sus socios y proveedores.

Todas las transnacionales de café han tenido que asumir una postura pública en relación con la “crisis del café”. Como era de esperar, todas se oponen a la intervención de los precios y la califican como indeseable para el mercado. En el 2003, Sara Lee y Procter & Gamble (P&G) se convirtieron en las primeras transnacionales en adquirir café de Comercio Justo™, en respuesta, respectivamente, a las peticiones de los clientes más grandes de Sara Lee en Estados Unidos (instituciones como universidades) y a una campaña proselitista de parte de consumidores, activistas de derechos humanos y otras organizaciones de la sociedad civil dirigida a P&G¹⁰⁵.

En el 2004, ante un panorama poco sostenible de producción de café y en vista del empeoramiento de las condiciones sociales y ambientales que rodeaban esta actividad, la Nestlé, las subsidiarias europeas de la Kraft y la Sara Lee, así como la empresa alemana Tchibo, formaron una alianza público-privada integrada por asociaciones de productores de café de Latinoamérica, África y Asia, procesadores, comerciantes y organizaciones de la sociedad civil, en respuesta a una iniciativa del Ministerio Alemán para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (GTZ) y la Asociación Alemana del Café. Esta alianza tuvo el objetivo de formular un Código Común para la Comunidad Cafetalera.

El Código Común tiene como finalidad promover la sostenibilidad en la cadena de suministro del café, y haciendo referencia a los Objetivos de Desarrollo de la ONU para el Milenio, aborda los aspectos sociales, ambientales y económicos que rodean la producción sostenible de este cultivo. En ese sentido, el Código Común afirma que:

La producción de café solo podrá ser sostenible en la medida en que permita que quienes trabajan en los cafetales y sus familias, así

105 Procter & Gamble ofrece café certificado por FLO mediante Millstone, su división de cafés especiales. Esta corporación ha estimado sus compras en 2 a 3 millones de libras anuales, lo que representaría un aumento importante de las ventas de café certificado por la FLO en los Estados Unidos. Horovitz, Bruce, “P&G to Give Boost to Small Coffee Growers”, en *USA Today*, 15 de septiembre de 2003.

como el resto de los empleados, tengan condiciones de vida y de trabajo decentes. [Tal aspiración] supone el respeto a los derechos humanos y a la normativa laboral, así como la obtención de un nivel de vida decente¹⁰⁶.

Este Código es una iniciativa voluntaria, y contiene normas para la producción del café que se ofrece “para el consumo masivo por parte de las marcas transnacionales más importantes”. Se beneficia con la participación de organizaciones laborales y de desarrollo, y de organizaciones internacionales como la OIT, la OIC, el BID y el Banco Mundial, entre otros.

Para participar, los productores de café, los industriales o los comerciantes, deben ser lo suficientemente grandes como para vender un contenedor de café (250 sacos). Los participantes deben realizar una autoevaluación, someterla a la verificación de un tercero y formular un plan de manejo para eliminar aquellas áreas que no cumplen con las normativas del Código. Si la verificación independiente encuentra un mínimo de acatamiento y ninguna “práctica inaceptable”, entonces el participante recibirá permiso para vender café del “Código Común”. La lista de prácticas inaceptables incluye las peores formas de trabajo infantil, el trabajo forzado y la servidumbre, el tráfico de personas, la restricción a la libertad de asociación y al derecho a organizarse, el desalojo forzado sin una compensación adecuada, la falta de provisión de alojamiento adecuado siempre que sea requerido por los trabajadores, y la falta de provisión de agua potable para todos los empleados. Debe hacerse notar que el Código Común remite específicamente a las normativas internacionales que rigen estos temas, incluidas la Declaración de los Derechos Humanos y las Convenciones de la OIT y de las Naciones Unidas¹⁰⁷. Las categorías de evaluación del Código Común contienen indicadores de desempeño para la libertad de asocia-

106Código Común para la Comunidad Cafetalera (Common Code for the Coffee Community), septiembre de 2004, Preámbulo.

107Los instrumentos específicos a los que se hace referencia en el Código Común son: Convención de la OIT n. 182 (sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y la acción inmediata para su eliminación); Convención de la OIT n. 29 (relativa al trabajo forzoso u obligatorio); Convención de la OIT n. 85 (relativa a la inspección del trabajo en los territorios no metropolitanos); Convención de la OIT n. 87 (relativa a la libertad sindical y a la protección del derecho de sindicalización); Convención de la OIT n. 98 (relativa a la aplicación de los principios del derecho de sindicalización y de negociación colectiva); Convención de la OIT n. 110 (relativa a las condiciones de empleo de los trabajadores de las plantaciones); Protocolo de las Naciones Unidas sobre tráfico y contrabando, 2000; PIDESC, artículo 11; Comentario general n. 7 (derecho a una vivienda adecuada); Informe de Naciones Unidas sobre la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible, 2002.

ción, la libertad de negociación, la discriminación, el derecho de la niñez a recibir una educación, y las condiciones laborales. La categoría de criterios denominada “amarilla” se refiere a las normas que deben cumplir los participantes para ser reconocidos como proveedores del Código Común, e incluye indicadores como los siguientes:

- “Los sindicatos y/o las organizaciones de trabajadores están negociando colectivamente”.
- “Son evidentes los esfuerzos deliberados para sacar a los niños del trabajo y enviarlos a la escuela”.
- “Los salarios cumplen con los mínimos salariales existentes a nivel nacional”.

Los participantes se comprometen a “implementar el Código donde se aplique” y a informar regularmente sobre su desempeño. Las marcas que participan son exhortadas a “proporcionar incentivos a los abastecedores preferidos”, a “intensificar los negocios con los abastecedores del Código Común”, así como a ajustar el precio del café de mayor calidad “en armonía con el concepto de calidad defendido por el Código Común”. Estas recomendaciones, sin embargo, no son de obligatorio cumplimiento.

El Código Común estaría a cargo de un organismo internacional administrativo que acreditaría a terceras partes como auditores, junto con un organismo nacional integrado por representantes de la industria, los gremios y el gobierno. La instauración de un mecanismo de quejas, un procedimiento de arbitraje y reglas específicas de participación se encontraban todavía en discusión en el momento de escribir este artículo. Una versión experimental del Código se pondrá a prueba a nivel mundial en países productores de café como Vietnam y El Salvador. Si bien el Código Común contempla la comunicación con el público, todavía no se ha tipificado la forma y el contenido de dicha función.

El Código Común ha atraído una amplia participación y su aplicación generalizada podría mejorar el nivel de vida y las condiciones laborales de los caficultores y sus empleados. Este Código incorpora explícitamente criterios internacionales sobre derechos humanos, como la Convención de la OIT sobre las Formas más Intolerantes de Trabajo Infantil, los cuales no aparecen especificados en el Programa de Starbucks. Sin embargo, a diferencia del Código Común, el Programa de Starbucks ofrece un incentivo

financiero demostrable para el mejoramiento de estándares entre los proveedores que califican como tales. La disposición y la capacidad de Starbucks de pagar por los estándares mínimos de derechos humanos es el resultado de factores como el valor de su marca, su posición en el mercado de cafés finos, su margen de ganancias, su modelo empresarial, el perfil de sus consumidores y la experiencia que ha tenido como blanco de los campañas pro derechos humanos. El Código Común, en cambio, refleja la perspectiva de las marcas de consumo masivo, que adquieren grandes cantidades de café –incluida la variedad robusta, menos apetecida– y obtienen un menor margen de ganancia por su venta a los consumidores. Resta preguntar si el Código Común, que está dirigido a los grandes productores, atraerá la participación de los pequeños agricultores, que representan nada menos que el 70% de la producción mundial de café.

Enseñanzas

Tanto la defensa de los derechos humanos como la formación de alianzas con el sector privado son estrategias eficaces para impulsar el cumplimiento de los derechos humanos en la cadena de suministro del café.

Las empresas transnacionales de café tienen una razón de peso para evitar cualquier acusación por violación de derechos humanos en su cadena de suministro. Si bien el número de intermediarios entre las marcas de café y los abusos en los cafetales han protegido a las empresas de tener que asumir algún tipo de responsabilidad legal, el hecho de que alguno de sus proveedores emplee mano de obra infantil, trabajo forzado o castigos corporales puede dañar, para siempre, la reputación de la empresa y restarle valor a la marca. Al mismo tiempo, los consumidores que favorecen la responsabilidad social empresarial, cada vez prestan mayor atención a cuestiones como salarios por debajo del mínimo aceptable o que no alcanzan para cubrir las necesidades básicas de los trabajadores. Las marcas que se especializan en cafés finos, como Starbucks, han sido las más presionadas por las partes interesadas para que adopten estándares de derechos humanos; pero las marcas transnacionales también están empezando a sentir esa presión para encarar el tema de los derechos humanos en la producción de café. Por ejemplo, una mezcla de activismo, diálogo y presión por parte de los accionistas contribuyó a que la empresa Procter & Gamble tomara la decisión de ofertar

café de Comercio Justo™. El Código Común, por su parte, es el resultado de una preocupación compartida entre el gobierno y las empresas con respecto al suministro futuro de café y al descalabro social que ha causado la crisis cafetalera.

Los derechos humanos que se encuentran sobre el tapete son los que mejor pueden dictar la pauta para elaborar una estrategia eficaz de defensa y promoción. La presión que se ejerce sobre las marcas mundiales más reconocidas busca, sobre todo, que las empresas velen, de manera voluntaria, por el cumplimiento de las normas laborales más reconocidas: las que establecen una prohibición sobre el trabajo forzado, las peores formas de trabajo infantil, el empleo de prácticas discriminatorias y la restricción a la libertad de asociación. Global Exchange, una organización de derechos laborales, calificó la campaña en la que se instó a la empresa Starbucks a ofertar café de Comercio Justo™ como una rotunda victoria para la responsabilidad empresarial: “La pronta capitulación de Starbucks ante una posible avalancha de protestas nacionales es una muestra clara de que la educación y la movilización de las bases pueden, en efecto, lograr objetivos importantes”¹⁰⁸. No obstante, la campaña “vergonzante” que, efectivamente, puede sacar a relucir los abusos que se cometen en la industria del café contra los derechos laborales más reconocidos a nivel internacional, podría no ser la mejor forma de conducir el mercado hacia los productos de comercio justo que alteran los precios del mercado para mejorar el nivel de vida de los pequeños agricultores. De acuerdo con TransFair USA:

[L]a sensibilización del público y la demanda de café de Comercio Justo por parte de los consumidores resultan esenciales para el crecimiento del mercado. En cambio, las campañas de los activistas no constituyen una estrategia eficaz ni para crear una mayor demanda entre los consumidores ni para apoyar la industria del Comercio Justo. TransFair USA se opone, de manera contundente, a las campañas de presión ejercidas por grupos activistas que intentan desacreditar a las mismas empresas que deberían estar recibiendo todo el apoyo de los consumidores por su esfuerzo en favor de una ganancia justa para los caficultores. La formación de alianzas es un modelo mucho más poderoso y sostenible que la sola presión para involucrar a la industria y para ayudar a los agricultores. Consideramos que la campaña activista que se desarrolla actualmente contra

108 Pacto Global, “FAQ about Fair Trade Coffee”, en <http://www.globalexchange.org/campaigns/fairtrade/coffee/faq.html>.

Starbucks es injusta y desinformada, porque desconoce los muchos aportes que la empresa ha hecho a los caficultores por medio del Comercio Justo y de otros programas”¹⁰⁹.

Sea que se favorezca el activismo o la formación de alianzas, la presión que se está ejerciendo sobre las empresas transnacionales para que aborden el tema de los derechos humanos es una oportunidad para que los defensores de estos derechos y las autoridades encargadas de formular políticas visualicen al sector privado como una fuerza capaz de proteger los derechos humanos.

La fijación de estándares por parte del sector privado puede contribuir al establecimiento de estándares de derechos humanos en la producción de café.

Al incorporar estándares legales de amplia aceptación internacional, el Café de Comercio Justo™, el Programa CAFE de la empresa Starbucks y la iniciativa del Código Común contribuyen a que, a lo largo de la cadena de suministro del café, se establezcan, de manera regular, principios laborales mínimos. La referencia a instrumentos internacionales específicos ayuda a superar el obstáculo que muchas veces presentan los estándares locales que no cumplen con la normativa internacional, en el papel o en la práctica. La definición de estándares laborales que siguen los principios del derecho internacional también ayuda a evitar la crítica de que se está promoviendo una “carrera al fondo”, crítica muchas veces enfilada a aquellas iniciativas pro derechos humanos empresariales que de manera automática adoptan la legislación local como el estándar mínimo a seguir.

Un reto para las empresas que están intentando abordar el tema de los derechos humanos en la cadena de suministro es identificar los derechos que están en juego y que caen en su “esfera de influencia”¹¹⁰. En la producción de café, el trabajo infantil, las restricciones a la libertad de asociación, los salarios inadecuados y las condiciones de trabajo inaceptables son algunas de las prácticas que van en contra de la normativa internacional. Los esfuerzos privados que más eficazmente promueven los derechos humanos en el sector del café

109 TransFair USA, *Position Statement on Anti-Starbucks Activism*, 24 de marzo de 2003, en <http://www.transfairusa.org>.

110 Para un análisis sobre el concepto de **esfera de influencia** (*sphere of influence*) ver en general, Ewing (nota 10).

son aquellos que se rigen por las normas internacionales en cada una de estas áreas. El programa de la empresa Starbucks, por ejemplo, se podría fortalecer si se remitiera a las normas internacionales sobre el trabajo infantil, como las Convenciones de la OIT sobre la edad mínima para incorporarse al ámbito laboral y sobre las peores formas de explotación infantil. Si bien las directrices del programa en cuanto al trabajo infantil son coherentes con el derecho internacional, el Programa no incluye criterios en cuanto al tipo de trabajo que realizan los niños y respecto a las condiciones de trabajo que prevalecen en la cadena de suministro del café. La certificación de café de Comercio Justo™ podría promover aun mejor los derechos laborales si aplicara, en las fincas pequeñas que participan en esta iniciativa, los estándares de la FLO en materia de libertad de asociación y negociación colectiva, condiciones de trabajo, y salud y seguridad ocupacional.

De manera acertada, cada una de las iniciativas privadas contempla un mínimo absoluto de principios para los participantes, que aunque son de adopción voluntaria no admiten ninguna concesión (“cero tolerancia”); estos principios son normalmente los que conciernen a la no violación de derechos humanos fundamentales. Tanto el programa de la empresa Starbucks, como el Código Común establecen como principios mínimos de cumplimiento obligatorio la no utilización de mano de obra infantil, la no utilización del trabajo forzado y la no discriminación. La iniciativa de café de Comercio Justo™ aborda el trabajo infantil en su normativa. El Código Común añade a la lista de prohibiciones que no admiten discusión: el tráfico de personas, la restricción a la libertad de asociación y organización, el desalojo forzado sin compensación adecuada y la no provisión de alojamiento adecuado y agua potable.

Starbucks y los participantes en el Código Común representan un contrapeso significativo dentro de la industria mundial del café, contrapeso que podría utilizarse para promover políticas gubernamentales que adopten las normas internacionales en materia de derechos laborales y que velen por su cumplimiento. En efecto, el sector privado puede promover políticas gubernamentales que aseguren el cumplimiento de las normas laborales internacionales y puede liderar esfuerzos industriales que, de manera voluntaria, buscan establecer criterios sociales entre los proveedores de café: la formación de alianzas entre las grandes corporaciones, los compra-

dores más importantes y/o las asociaciones industriales, puede servir como señal de alerta para que los gobiernos y las industrias de los países productores, así como los organismos internacionales, se decidan a abordar algunos temas críticos¹¹¹.

Las marcas de café de mayor cobertura mundial están en una posición que les permite ejercer una gran influencia sobre las plantaciones grandes de café y pedirles a los procesadores/exportadores y comerciantes con los que negocian directamente que garanticen el cumplimiento de un mínimo de estándares en la producción de este cultivo. El Código Común constituye un avance positivo en esta dirección y los defensores de los derechos humanos deberían apoyar no sólo su aplicación generalizada, sino elaborar mecanismos apropiados de monitoreo y de información de resultados al público.

El precio del café repercute con mayor fuerza en el nivel de vida de los productores, que en las condiciones de trabajo en los cafetales.

El precio del café se hace sentir, sobre todo, en los ingresos devengados en el sector cafetalero, puesto que el efectivo que los agricultores reciben por su cosecha es el dinero que les va a permitir cubrir sus necesidades básicas. Las ganancias que la mayoría de los agricultores y sus familias devengan del cultivo del café son las que determinan su nivel de vida. Los ingresos familiares también determinan si una familia puede “darse el lujo” de mandar un niño a la escuela, o si lo mejor es que este trabaje y contribuya al sustento familiar. Pareciera que la manera más eficaz en que el sector privado podría contribuir a mejorar el nivel de vida de los pequeños caficultores y de los trabajadores de los cafetales sería o reduciendo la oferta de café, o pagando precios más altos.

Obviamente, las marcas de café tienen un mayor margen de ganancia cuando el precio del producto está bajo. En este sentido, la industria y los gobiernos no han logrado ponerse de acuerdo sobre una política que apoye, de manera decidida, un incremento en el precio del café. De hecho, los esfuerzos internacionales que se han realizado por aumentar el cultivo del café, como en el caso de Vietnam, han contribuido a incrementar la oferta. Y los esfuerzos por reducir dicha

¹¹¹ *Tea & Coffee*, (ver nota 42, donde se cita el boicot de Folgers, de 1991, que llevó a Folgers, Maxwell House y Nestlé a hacer declaraciones públicas fuertes, en El Salvador, a favor de las negociaciones de paz).

oferta son vistos, por la mayoría de las empresas y por algunos gobiernos, como trabas indeseadas al libre comercio. Las marcas más grandes, aparte de la presión del público, tienen pocas razones para apoyar una posible intervención del mercado que eleve el costo del café verde, especialmente el del café robusta, que es más barato.

Las iniciativas orientadas al mercado, como la del café con Certificación de Comercio Justo™ han contribuido a mejorar el nivel de vida de un pequeño número de caficultores, pero el impacto de este esfuerzo se encuentra limitado por la demanda de los consumidores. Las prohibiciones a la contratación de mano de obra infantil o al trabajo forzado son excepciones donde el posible daño a la reputación de una empresa actúa como un incentivo para estimular el establecimiento y el cumplimiento de estándares a lo largo de la cadena de suministro. Sin embargo, incluso en lo que respecta al trabajo infantil, la visión cultural que se tiene sobre la naturaleza del trabajo de los niños en la época de cosecha del café ha impedido que se pueda ejercer una presión uniforme en los países productores —o en las familias que se dedican al cultivo del café— para que los niños sean excluidos, por completo, de la cadena de suministro. A diferencia de lo que ocurre con las peores formas de trabajo infantil que se observan en algunas industrias, en los países productores de café no siempre se hace una conexión directa entre la pobreza y el trabajo de los niños en los cafetales.

Las iniciativas de Comercio Justo™ que buscan mejorar el precio que reciben los caficultores, han tenido poca repercusión directa en los estándares laborales en general. En las grandes plantaciones de café de todo el mundo siempre ha habido salarios bajos, trabajo infantil, restricciones a la libertad de asociación y condiciones de trabajo abusivas, sin importar si el precio del café está alto o bajo. La crisis cafetalera actual simplemente ha exacerbado la ausencia de estándares para aplicar.

Las iniciativas privadas con mayores posibilidades de éxito son las que compensan a los proveedores por cumplir con la normativa internacional en materia de derechos humanos y que vinculan el mejoramiento de los estándares de derechos humanos con el fortalecimiento de las relaciones comerciales en la cadena de suministro.

Las empresas que se especializan en cafés finos y que, por tanto, compiten por calidad, tienen un mayor incentivo para adoptar

medidas voluntarias, como las que vinculan el precio a los estándares laborales, tendientes a garantizar la disponibilidad de café arábica. Cuando el precio no es la cuestión primordial, las empresas cafetaleras se encuentran en mejores condiciones de incentivar a los proveedores a que eleven sus estándares.

Porque hemos logrado convencer a nuestros clientes de que es necesario pagar más por un café de mayor calidad, es que podemos pagarles a los caficultores un precio mucho más alto, por el grano verde, que cualquier otra empresa tostadora de café en el mundo. Los beneficios económicos que reciben los agricultores, de esta propuesta, que se centra en lo que es importante para el consumidor, supera en mucho lo que podríamos obtener si lleváramos a cabo actividades filantrópicas¹¹².

Los beneficios del café de Comercio Justo™ se encuentran limitados por el crecimiento de los mercados detallistas de productos de este comercio. Por su parte, el éxito que el Código Común pueda tener en el mejoramiento de los estándares de derechos humanos en la producción de café dependerá de la voluntad y de la capacidad de los participantes para convencer a los productores de café a unirse a esta iniciativa.

Las iniciativas voluntarias constituyen una segunda opción: los gobiernos tienen que desempeñar el papel principal en la salvaguarda de los derechos humanos en el sector privado.

Los intentos que se han realizado para aplicar estándares laborales mínimos en la producción de café son la muestra más clara de la necesidad de que el gobierno tome cartas en el asunto para que se cumplan los derechos laborales. La legislación nacional y la aplicación de leyes locales congruentes con la normativa laboral internacional son las herramientas más eficaces para eliminar el trabajo infantil, brindar salarios adecuados, garantizar la libertad de asociación y asegurar la aceptabilidad de las condiciones de trabajo en la cadena de suministro del café.

Conclusiones

Las cuatro empresas de café más grandes del mundo –Nestlé, Sara Lee, Procter & Gamble y Kraft– son compañías multinacionales orientadas al consumo masivo que venden cientos de productos de

¹¹²“Comments from CEO Orin Smith”, en *Starbucks Stakeholder Engagement Meeting*, febrero de 2004.

marcas diferentes a millones de clientes y que compran materias primas y productos manufacturados a miles de proveedores en todo el mundo. Influidos por el movimiento de responsabilidad social empresarial surgido en la década de 1990 y por su propia experiencia en otros sectores industriales, estas empresas han establecido códigos de conducta para sus propias actividades y, en algunos casos, para regular la conducta de sus socios y proveedores comerciales. Los códigos de estas corporaciones contienen criterios muy claros con respecto a los estándares laborales de mayor aceptación internacional —esto es, el trabajo infantil y el trabajo forzado—, pero varían en cuanto a la profundidad con que encaran temas como la libertad de asociación y la dotación de condiciones de trabajo aceptables. Ninguno de los códigos adoptados por estas empresas contempla una norma salarial que exija algo más que cumplir con el mínimo estipulado en las leyes locales; y ninguna de estas empresas ha establecido un régimen de monitoreo independiente que garantice la aplicación de los derechos laborales por parte de los proveedores.

Nestlé

La Nestlé fue una de las primeras corporaciones en recibir críticas por sus prácticas comerciales en los países en desarrollo. En 1981, la campaña de mercadeo llevada a cabo por esta empresa en los países en desarrollo para sugerir el empleo de fórmula infantil como alternativa de la leche materna, condujo a la formulación, por parte de la Organización Mundial de la Salud, del código internacional de comercialización de sucedáneos de la leche materna¹¹³. Quizás por su experiencia como blanco de un debate público sobre la responsabilidad del comercio y la industria en los mercados mundiales, el código empresarial de conducta de la Nestlé pone más énfasis en los estándares legales internacionales que los códigos de cualquiera de las principales marcas que compiten con esta empresa en la industria del café.

Los principios corporativos empresariales de la Nestlé se publicaron por primera vez en 1998. Desde entonces, esta entidad se comprometió a apoyar el Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas e incorporó los diez principios de dicho pacto en su

113 Organización Mundial de la Salud (OPS), *Infant Formula and Related Trade Issues in the Context of the International Code of Marketing of Breast Milk Substitutes*.

código corporativo¹¹⁴. El código de la Nestlé invoca el cumplimiento, por parte de la empresa, de las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo en cuanto a la edad mínima de incorporación al ámbito laboral y respecto a las peores formas de trabajo infantil, e insta a los “socios comerciales y a los proveedores industriales a aplicar los mismos criterios”. La Nestlé señala que los proveedores claves con los que mantiene una relación contractual son auditados y que, de encontrarse algún incumplimiento, se les exigirá la puesta en marcha de medidas correctivas; también se compromete en su código a dialogar con organizaciones no gubernamentales “que tienen una trayectoria de compromiso constructivo y una conducta de principios”.

En relación con los proveedores de materias primas agrícolas, el código de la Nestlé expresa su apoyo a las prácticas sostenibles y a los “mecanismos que contribuyen a la obtención de ingresos más regulares para los agricultores”.

La Nestlé es uno de los participantes en el Código Común para la Comunidad Cafetera.

Sara Lee

En septiembre de 1997, la empresa Sara Lee introdujo sus Normas Comerciales para las Operaciones Globales y Directrices para la Selección de Proveedores¹¹⁵. Las Normas Comerciales para las Operaciones Globales expresan el apoyo de Sara Lee a los “derechos humanos fundamentales de todo los pueblos”. En ellas la entidad pone de manifiesto su compromiso con el “derecho de los empleados a ejercer, tal y como lo establece la ley, el derecho a la libre organización, a recibir un trato y una compensación justos, y a disfrutar de un ambiente de trabajo seguro y saludable”. También estipula que la empresa no empleará niños ni permitirá el trabajo forzado o los castigos y abusos físicos. Las normas de Sara Lee señalan que esta empresa tiene la obligación de monitorear la calidad en su cadena de suministro para garantizar que los productos que vende cumplen no solo con todos los estándares de calidad y seguridad estipulados por el gobierno sino con los propios estándares de la entidad.

114 *Nestlé Corporate Business Principles*, Principio 9, segunda edición, marzo de 2002, disponible en http://www.nestle.com/NR/rdonlyres/8E1A804C-C292-4075-BFA2-2908C094D739/0/Corporate_Busines_GB.pdf.

115 Sara Lee Corp., *Global Business Standards*, en <http://www.saralee.com>.

Las Directrices sobre Selección de Proveedores, por su parte, buscan utilizar el poder adquisitivo de la compañía para influir sobre proveedores, contratistas y socios comerciales, con el fin de que “adopten estándares elevados de comportamiento ético, se apeguen a todas las normas y regulaciones aplicables, traten a sus empleados de manera justa, y con dignidad y respeto, de manera que su calidad de vida mejore, y que actúen como ciudadanos concientes de su responsabilidad social en los países y comunidades en las que tienen actividades comerciales”¹¹⁶. Según estas directrices, la empresa Sara Lee toma en consideración estándares éticos, apego a los requisitos legales y ambientales y prácticas de empleo, en el momento de elegir a sus proveedores, incluidos los que aportan materia prima. La compañía “no acudirá a sabiendas” a proveedores que incumplen la ley, emplean menores de quince años que no son de su familia, obligan al trabajo forzado o recurren al castigo corporal o a otras formas de coerción. Se “favorecen” los proveedores que reconocen y respetan el derecho a la libre asociación y que contribuyen a la educación de los empleados. Finalmente, la empresa “cree en hacer negocios con” proveedores que no discriminan, siguen prácticas acordes con todos los estándares ambientales aplicables, y demuestran un interés y un compromiso por las condiciones de salud y seguridad. La empresa Sara Lee declara que actuará con la debida diligencia para determinar si los proveedores actuales y futuros cumplen con estos estándares, y para garantizar que la empresa verificará dicho apego a lo interno.

Los estándares de la Sara Lee no abordan el tema de los salarios adecuados para los pequeños agricultores. Además, esta empresa ha manifestado que no promoverá el café con Certificación de Comercio Justo™, porque la orientación que tiene ese programa crea incentivos basados en precios artificiales.

La filial holandesa de la Sara Lee, la Sara Lee/Douwe Egberts, es uno de los participantes en el Código Común para la Comunidad Cafetalera.

Procter & Gamble

De acuerdo con el código de conducta de la Procter & Gamble (P&G)¹¹⁷, la intención de la empresa es la de mostrar “un buen

116 Sara Lee Corp., *Supplier Selection Guidelines*, en http://www.saralee.com/corporate_overview/supplier_selection.html.

117 Procter & Gamble, *Values and Code of Conduct*, diciembre de 2000.

comportamiento empresarial” y la de lograr que sus empleados cumplan o superen todas las leyes y regulaciones. La empresa también se compromete a suspender relaciones comerciales con proveedores o contratistas que muestren o toleren un “patrón de incumplimiento” con respecto al trabajo infantil¹¹⁸ o forzado, o que “traten de manera inaceptable a los trabajadores”. La P&G declara su compromiso con los derechos humanos universales y “busca trabajar con socios comerciales que promuevan” la igualdad de oportunidades, un ambiente de trabajo seguro y saludable, y que actúen en favor del bienestar educativo, cultural, económico y social de las comunidades.

P&G espera que los vendedores se apeguen a todas las leyes aplicables y asegura que, en el momento de tomar decisiones sobre reconocimientos comerciales, “valorará de manera especial a los proveedores titulares y posibles que respeten de manera regular los derechos humanos básicos”¹¹⁹. P&G también espera que los vendedores se apeguen a las leyes que rigen los salarios mínimos, las horas extras y el máximo de horas trabajadas; proporcionen un ambiente de trabajo seguro; velen por que no ocurran accidentes ni daños; y reduzcan al mínimo las situaciones riesgosas para la salud.

Kraft

La empresa Kraft Foods Inc. se convirtió en una sociedad pública en el 2001 cuando el grupo industrial tabacalero, Philip Morris, vendió parte de sus acciones en dicha compañía¹²⁰.

En el 2002, la compañía matriz de la Kraft, el Grupo Altria (anteriormente Philip Morris), adoptó una política respecto al trabajo infantil y forzado que fija la edad mínima para incorporarse al ámbito laboral de la Kraft Food en quince años y prohíbe el uso del trabajo forzado en todas sus actividades. Esta política señala que la empresa no “acoge ni condona el empleo o la explotación ilegal de niños en el lugar de trabajo”, como tampoco “la utilización del trabajo forzado”. La normativa compromete a todas las empresas de Altria a trabajar con sus proveedores directos para lograr que se apeguen a los estándares laborales internacionales sobre trabajo infantil y forzado y a “trabajar con terceros para que aborden el

118 Menores de 15 años o de acuerdo a los estándares de la OIT.

119 Procter & Gamble, *Sustainability Guidelines for Vendor Relations*, diciembre de 2000.

120 Philip Morris cambió su nombre a Altria Group Inc. en 2003.

complejo tema de la utilización inapropiada o ilegal del trabajo infantil o forzado en los sectores agrícolas en donde son los principales compradores”¹²¹.

Para implementar estos compromisos, las empresas del grupo Altria “dedicarán recursos, pondrán en funcionamiento sistemas administrativos adecuados, mecanismos de rendición de cuentas, procesos de monitoreo y revisiones periódicas con el fin de garantizar que se avanza en dirección a sus objetivos y para establecer mecanismos que permitan identificar problemas y remediarlos cuando sea del caso”.

Con respecto al debate sobre el café de Comercio Justo, la Kraft “fundamentalmente rechaza cualquier modelo que influya sobre el precio” y considera que su papel se orienta más hacia el incremento del consumo que hacia el manejo de la oferta.

La filial alemana de esta entidad, Kraft Foods Deutschland, es uno de los participantes en el Código Común para la Comunidad Cafetera.

Bibliografía

Alarcón Glasinovich, Walter: “Trabajo infantil y educación en América Latina”, en *Protección estatal de los derechos de la niñez*, Inter-American Institute of Human Rights and World Bank, mayo del 2001, pág. 9.

Amnesty International: *The UN Human Rights Norms for Business: Towards Legal Accountability*, 2004.

Charveriat, Celine: *Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices*, Oxfam, mayo de 2001.

Comisión para la Verificación de Códigos de Conducta (COVERCO): *Mujeres y niñas: las vidas precarias detrás de los granos de café*, marzo de 2003.

Common Code for the Coffee Community, 9 de septiembre de 2004.

COVERCO: *Coffee Workers in Guatemala: A Survey of Working and Living Conditions on Coffee Farms*, febrero de 2000.

121 Altria Group, Inc., *Employment Policies and Practices*, en http://www.altria.com/responsibility/4_0_responsibilityover.asp.

- Dicum, Gregory y Luttinger, Lina: *Coffee Book: Anatomy of an Industry*, 2000.
- Ewing, Anthony P.: "Implementing the Global Compact Human Rights Principles", en *Embedding Human Rights into Business Practice* 62, United Nations Global Compact and the Office of the High Commissioner for Human Rights, 2004.
- Ewing, Anthony P.: "Understanding the Global Compact Human Rights Principles", en *Embedding Human Rights into Business Practice* 28, United Nations Global Compact and the Office of the High Commissioner for Human Rights, 2004.
- Frey, Barbara A.: "The Legal and Ethical Responsibilities of Transnational Corporations in the Protection of International Human Rights", 6 en *Minn. J. Global Trade* 153 (1997).
- Human Rights Watch: *Turning a Blind Eye: Hazardous Child Labor in El Salvador's Sugarcane Cultivation*, 2004.
- International Coffee Organization (ICO): "Coffee Market Report", en www.ico.org, noviembre de 2004.
- ILO: *A Future without Child Labour*, 2002.
- International Council on Human Rights Policy: *Beyond Voluntarism: Human Rights and the Developing International Legal Obligations of Companies*, 2002.
- International Organization of Employers: *Employers Handbook on Child Labour*, 2001.
- Lewin, Bryan; Daniele Giovannucci y Panos Varangis: *Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand*, The World Bank, marzo de 2004.
- Oxfam, *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*, 2002.
- Paige, Jeffrey M.: *Coffee and Power* 69, 1997.
- Paust, Jordan J.: "Human Rights Responsibilities of Private Corporations", 35 en *J. Transnat'l L.* 801 (2002).
- Ratner, Steven R.: "Corporations and Human Rights: A Theory of Legal Responsibility", 11 en *Yale L. J.* 443 (2001).
- Rice, Paul: "Fair Trade: A More Accurate Assessment", en *Chazen Web J. Int'l Bus.*, marzo de 2003.

- Schrage, Elliot J.: "Emerging Threat: Human Rights Claims", 8, en *Harv. Bus. Rev.*, n. 8, 2003.
- Schrage, Elliot J.: "Judging Corporate Accountability in the Global Economy", 42 en *Columbia J. Transnational L.* 153, 154, 2003.
- Schrage, Elliot J.: *Promoting International Worker Rights through Private Voluntary Initiatives: Public Relations or Public Policy?*, University of Iowa Center for Human Rights, enero de 2004.
- Schrage, Elliot J.: "Supply and the Brand", en *Harvard Business Review*, junio de 2004.
- Schrage, Elliot y Anthony Ewing: "Engaging the Private Sector", 14, en *Forum for Applied Res. & Pub. Pol'y*, 44, 1999.
- Schrage, Elliot y Anthony Ewing: "Business and Human Rights in Africa: The Cocoa Industry and Child Labor", 17, en *The Journal of Corporate Citizenship*, Reino Unido, primavera, 2005.
- Scientific Certification Systems: *CAFE Practices Generic Evaluation Guidelines*, noviembre 9, 2004.
- Scientific Certification Systems: *CAFE Practices Program Overview, Starbucks Coffee Company Preferred Supplier Program*, marzo 29, 2004.
- Scientific Certification Systems: *CAFE Practices Verifier's Manual*, marzo 29, 2004.
- Spar, Debora L.: "The Spotlight and the Bottom Line: How Multinationals Export Human Rights", en *Foreign Aff.*, marzo-abril, 1998.
- Specialty Coffee Association of America: www.scaa.org.
- Starbucks: *Corporate Social Responsibility Report, Fiscal Year 2002*, 2003.
- Starbucks: *Framework for a Code of Conduct*, 1995.
- Starbucks: *Green Coffee Purchasing Pilot Program for Preferred Suppliers*, noviembre 12, 2001.
- Starbucks: *Striking a Balance: Corporate Social Responsibility, Fiscal 2004 Annual Report*.
- "The Plight of Coffee's Children", en *Tea & Coffee Trade Journal*, enero 20, 2002.

- UNCTAD: *World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness*, 2001.
- US Department of Labor: *By the Sweat and Toil of Children: The Use of Child Labor in US Agricultural Imports and Forced and Bonded Labor*, 1995.
- US Department of State: *Country Reports on Human Rights Practices for 2002: Guatemala*, marzo de 2003.
- Varangis, Panos y Bryan Lewin: *The Coffee Crisis in Perspective*, en The World Bank, marzo 9, 2002.
- “Working to Help Coffee’s Children”, en *Tea & Coffee Trade J.*, febrero 20, 2002.
- World Economic Forum, en *Values and Value*, 2004.
- Zehner, David C.: “An Economic Assessment of ‘Fair Trade’ in Coffee”, en *Chazen Web J. Int’l Bus.* 12, primavera de 2002).