

**Estrategias de Comunicación (HE60-HE63)**

**Programa de RSE de Starbucks**

**Fuente 1: Starbucks se une a la campaña de Comercio Justo para reflexionar sobre las condiciones de producción y venta del café**

Starbucks facilita información con el lema "Comparte Café del Bueno" en todos sus establecimientos e invita a catas en los establecimientos de las principales capitales y ciudades del mundo. Bajo este lema, Starbucks y la Asociación del Sello Fairtrade-Comercio Justo invitan a la ciudadanía a reflexionar sobre las condiciones de producción y venta del café. El objetivo de la campaña "Mes Fairtrade" que se celebrará durante todo el mes de octubre, es dar a conocer la idea del Comercio Justo que supone esfuerzos de parte de compañías y miembros de la Asociación para hacer posible que aquello que compramos y consumimos sea bueno no sólo en términos de calidad, sino también para aquellos que viven de su producción y venta.

"En Starbucks apoyamos el Comercio Justo porque estamos convencidos de que la ética y la calidad son una mezcla perfecta", comenta Álvaro Salafranca, Consejero Delegado de Starbucks Latinoamérica. "Por esto mismo no nos limitamos a comprar café de Comercio Justo, sino que además nos implicamos directamente en la relación con los caficultores desde el país de origen, con el fin de crear una colaboración constructiva basada en el mutuo respeto y aprendizaje que beneficien a todos los involucrados en esta asociación".

Desde marzo de 2010, todas las bebidas de café de Starbucks se realizan con café procedente de Comercio Justo certificado. "Participamos con mucho entusiasmo en la campaña "Mes Fairtrade" para que cada vez más personas tomen conciencia de los beneficios que tiene el Comercio Justo para productores y consumidores: ética, transparencia y calidad", prosigue Salafranca.

En concreto, Starbucks apoya la campaña "Mes Fairtrade" mediante la realización de catas de Café del Bueno el día 23 de octubre por la tarde en varios de sus establecimientos en las principales ciudades del mundo hispanoamericano. Además, durante el mes de la campaña, todos los establecimientos contarán con una cartelería especial y diverso material informativo. "El compromiso y la constancia de Starbucks en su apuesta por los productos de Comercio Justo son motivo de alegría para la certificación Fairtrade", explica Pablo Cabrera, director de la Asociación del Sello Fairtrade-Comercio Justo.

Europapress (20/10/2010).Starbucks se une a la campaña de Comercio Justo para reflexionar sobre las condiciones de producción y venta del café. Adaptado de<http://www.europapress.es/epsocial/responsables/noticia-starbucks-une-campana-comercio-justo-reflexionar-condiciones-produccion-venta-cafe-20101020184423.html>

**Fuente 2: Starbucks culmina así el compromiso adquirido con el Sello FAIRTRADE-Comercio Justo en mayo de 2009**

La colaboración de Starbucks con el sello FAIRTRADE-Comercio Justo alcanza hoy un nuevo hito. Las tiendas Starbucks han comenzado hoy a servir todas sus bebidas de café elaboradas a partir de café en grano 100% de Comercio Justo avalado por el sello FAIRTRADE.

En concreto, Starbucks comprará más de 80.000 kilos y servirá en sus tiendas más de 7 millones de bebidas de café 100 % Comercio Justo certificado al año. Este cambio supondrá que los clientes de Starbucks en el mundo estarán ayudando a pequeños caficultores en países en desarrollo con primas anuales de más de 2.600.000 € para que inviertan en proyectos para su comunidad. Esto quiere decir que, además de pagar un precio justo por cada kilo de café, se entregarán 10 céntimos de prima, para que el productor decida en qué programa social invertir para beneficiar a su comunidad.  Con el compromiso de vender café de Comercio Justo en todas sus bebidas de café, Starbucks se convierte así, en el mayor comprador de café de Comercio Justo en el mundo.

Para dar a conocer este compromiso tanto local como global, Starbucks ha habilitado la Web [www.yoapoyoalcomerciojusto.org](http://www.yoapoyoalcomerciojusto.org/) que manifiesta las bases de esta colaboración con el sello FAIRDTRADE-Comercio Justo. Entre los puntos más importantes, ambas organizaciones declaran conjuntamente que los pequeños agricultores del café necesitan un acceso directo a los mercados desarrollados, que pueda asegurarles unas condiciones laborales y comerciales éticas y una vida digna. Por eso, esta sólida alianza es muy positiva tanto para los pequeños agricultores en los países del Sur como para los clientes de Starbucks.

Para Pablo Cabrera, director de la Asociación del sello FAIRTRADE – Comercio Justo de España, “es una buena noticia que Starbucks se ha comprometido de forma tan contundente con FAIRTRADE, optando con un volumen de café tan relevante por el Comercio Justo. Los agricultores necesitan ahora más que nunca el Comercio Justo y los consumidores, incluso a pesar de la crisis económica, permanecen fieles a sus principios éticos”.

Para Starbucks, esta colaboración no es puntual sino un cambio estratégico y profundo en las bases de la compañía. Álvaro Salafranca, Consejero Delegado de Starbucks Latinoamérica, asegura: “No nos limitamos a comprar café de Comercio Justo. Nuestro compromiso es mucho mayor: nos implicamos directamente en la relación con los caficultores desde el país de origen, con el fin de crear una colaboración constructiva basada en el mutuo respeto y aprendizaje que beneficien a todos los involucrados en esta asociación.” Además, Salafranca añade que “nuestra alianza con Comercio Justo, no solo enriquece nuestro compromiso con un comercio responsable desde el origen, sino que ayuda a sensibilizar sobre estas prácticas a nuestros clientes sin perder nuestro compromiso por la calidad del café.”

El compromiso que Starbucks ha adquirido con FAIRTRADE-Comercio Justo a nivel internacional y nacional es beneficioso para decenas de miles de personas en Latinoamérica, Asia y África. Carlos Vargas Leitón, director Financiero de Coopetarrazú, una organización costarricense de 2.600 caficultores, que incluye a 457 mujeres que son la única fuente de ingresos para sus familias, comenta: “Gracias a este compromiso, nos beneficiamos de precios mínimos garantizados y primas de Comercio Justo que nos permitirán planificar nuestro futuro con más confianza. Con ellas, invertiremos en programas sociales y medioambientales que mejoren el bienestar de nuestros miembros y comunidades, así como en iniciativas sanitarias y educativas que beneficien a las mujeres y a los caficultores. Todas ellas tendrán un impacto directo en más de 50.000 personas.”

Fairtrade (02/03/2010). Starbucks utilizará café 100% de comercio justo para preparar todos sus cafés. Recuperado de <http://www.sellocomerciojusto.org/news/es_ES/2010/03/02/0001/starbucks-utilizara-cafe-100-de-comercio-justo-para-preparar-todos-sus-cafes->

**Fuente 3: Café cultivado conforme a prácticas responsables**

Siempre nos hemos esforzado por comprar nuestro café de forma que respetase a las personas que lo producen y los lugares donde se cultiva. Sencillamente, es lo que consideramos correcto.

A lo largo de la última década, Conservation International nos ha ayudado a desarrollar directrices que resumen nuestros principios de abastecimiento ético. Estas directrices, denominadas [Prácticas de cultivo justo del café (C.A.F.E., Coffee and Farmer Equity)](http://www.scscertified.com/retail/docs/CAFE_GUI_EvaluationGuidelines_V2.0_093009.pdf), ayudan a nuestros agricultores a cultivar el café de un modo mejor para las personas y para el planeta. Las Prácticas C.A.F.E. constituyen un conjunto exhaustivo de normas medibles centradas en las cuatro siguientes áreas:

1. Todo el café debe cumplir las normas de gran calidad de Starbucks.
2. Es imprescindible la transparencia. Los proveedores deben presentar pruebas de los pagos efectuados a lo largo de toda la cadena de suministro para garantizar qué parte obtiene el agricultor del precio que Starbucks paga por el café verde (sin tostar).
3. Medidas aplicadas respecto a condiciones de trabajo seguras, justas y humanas. Incluyen la protección de los derechos de los trabajadores y condiciones de vida adecuadas. Es obligatorio cumplir con las indicaciones de salario mínimo, respecto al trabajo infantil o forzoso y a la discriminación.
4. Medidas aplicadas para gestionar los residuos, proteger la calidad del agua, ahorrar agua y energía, preservar la biodiversidad y reducir el uso de productos fitosanitarios.

**Nuestra meta**

Nuestro objetivo es lograr que el 100 % de nuestro café esté certificado o verificado por un tercero independiente.

**Actividades hasta la fecha**

Starbucks adquirió 167 millones de kilogramos de café en el ejercicio 2009. El 81 % de esa cantidad, a saber, 136 millones de kilogramos correspondió a proveedores aprobados conforme a las Prácticas C.A.F.E. Pagamos un promedio de 1,47 USD por cada medio kilo de café verde en el ejercicio 2009.

El café con certificado de Comercio Justo, que contiene el sello FairTrade Certified™ permite a los pequeños agricultores organizados en cooperativas invertir en sus explotaciones y comunidades, proteger el medio ambiente y desarrollar las aptitudes comerciales necesarias para competir en el mercado global.

Starbucks comenzó a adquirir café con el sello Comercio Justo en el año 2000, con lo que ha contribuido a aumentar el mercado de este tipo de café en los Estados Unidos. Además, en 2009 incrementamos nuestras compras a 18 millones de kilogramos.

El café de cultivo orgánico se produce utilizando métodos y materiales que tienen un impacto menor sobre el medio ambiente. Las prácticas agrícolas de cultivo biológico ayudan a reponer y mantener la salud del suelo, reducir el uso de pesticidas y fertilizantes tóxicos y persistentes y desarrollar una agricultura biológicamente diversa.

Starbucks adquirió 6,4 millones de kilogramos (14 millones de libras) de café con certificado de cultivo biológico en el ejercicio del 2009.

Sturbucks. (s.f.). Café cultivado conforme a prácticas responsables. Recuperado de<http://www.starbucks.com.pe/coffee/ethical-sourcing/coffee>

# A partir de las fuentes leídas sobre el tema, **explique si Starsbucks a través de sus prácticas desarrolla un verdadero modelo de gestión de RSE.**

**Cómo responder una misma consigna utilizando la estrategia enumerativa y la estrategia causal**

**Estrategia enumerativa**

1. Starbucks desarrolla un verdadero modelo de RSE.
   1. Se involucra con las comunidades donde opera.
      1. Se implica con los caficultores.
      2. Otorga primas que benefician a las comunidades.
   2. Realiza alianzas con otras instituciones.

1.2.1. Starbucks se ha aliado con la asociación Fairtrade-Comercio Justo.

1.3. Sus prácticas son activas, voluntarias y sin fines de lucro.

1.3.1. Compra café con el sello comercio justo desde 2002.

1.3.2. Participa en el “Mes Fairtrade”.

Starbucks desarrolla un verdadero modelo de responsabilidad social empresarial (RSE). **En primer lugar**, se involucra con las comunidades donde opera. Esto ocurre porque se implica con los caficultores y sus comunidades. Por ejemplo, la empresa está comprometida con brindar un empleo digno a los productores y respetar su trabajo. Es decir, Starbucks no solo se preocupa por que se produzca un café de calidad, sino también de las condiciones laborales de los caficultores. Asimismo, por cada kilo de café que compran a los productores se les entrega 10 céntimos de prima para que estos puedan invertir en un programa social que beneficie a su comunidad. En 2010, Starbucks otorgó primas anuales de más de 2.600.000 €. **En segundo lugar**, la empresa realiza sus prácticas de RSE estableciendo alianzas institucionales. Un caso representativo es la unión de Starbucks con la asociación Fairtrade-Comercio Justo de España. Esta institución se encarga de otorgar un sello de garantía que ofrece al consumidor la seguridad de que los productos que lo tienen han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la comunidad que los produce. Esta unión ha beneficiado a ciudadanos de Latinoamérica, Asia y África. **Finalmente**, la política de RSE de la cadena cafetera es activa, voluntaria y sin fines de lucro. En ese sentido, Starbucks solo compra café de Comercio Justo desde el año 2002. Asimismo, desde 2010, todas sus bebidas se realizan con granos avalados por este sello. También, Starbucks, como parte de la campaña “Mes Faitrade”, realiza catas de café en los establecimiento de las principales ciudades del mundo. El objetivo de esta acción es invitar a la población a reflexionar sobre las condiciones de producción y venta del café, y que así las personas puedan interiorizar los beneficios del comercio justo para los productores y consumidores. Todas estas prácticas son parte de una decisión voluntaria de la empresa que demuestra su interés por la RSE y que parten de una postura ética.

**Estrategia causal**

**Starbucks sí desarrolla un verdadero modelo de responsabilidad social**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tiene un compromiso ético | Se preocupa por sus stakeholders | Brinda un trabajo digno  Invierte en los agricultores organizados en cooperativas | Se relaciona con la comunidad a la que pertenece |
|  | Se preocupa por el medioambiente | Utiliza cultivos biológicos | Reduce el uso de pesticidas y fertilizantes tóxicos |

**Starbucks desarrolla un verdadero modelo de responsabilidad social empresarial (RSE), debido a que sus políticas están regidas por un compromiso ético.** Esto se evidencia en el hecho de que Starbucks realiza sus acciones de RSE motivado por una moralidad de la empresa y no por el lucro. Por un lado, esta ética empresarial genera que se preocupe por sus stakeholders. Es decir, Starbucks se asegura que los consumidores tengan un café de gran calidad y que los caficultores obtengan un precio justo por su producto. Por ejemplo, los proveedores están obligados a presentar pruebas de los pagos efectuados a toda la cadena de suministro para garantizar el agricultor haya obtenido buena parte del precio que Starbucks paga por el café sin tostar. Ello genera que Starbucks busque que los caficultores tengan un trabajo digno. Esto significa que deben realizar sus labores en condiciones seguras y humanas, y no estar sujetos a prácticas discriminatorias ni de trabajo forzoso. Asimismo, la empresa invierte en los agricultores organizados en cooperativas, lo que genera desarrollo local. Esto se produce debido a que Starbucks otorga una prima económica a los caficultores por cada kilo vendido. Esta debe ser invertida en un programa social de la comunidad. Por otro lado, como parte de sus directivas del cultivo justo del café, Starbucks se preocupa por el medioambiente. En consecuencia, emplea cultivos biológicos, ya que generan un impacto menor sobre este. Por esta razón, se ha reducido el uso de pesticidas y fertilizantes tóxicos. En conclusión, las prácticas realizadas por la empresa corresponden a un verdadero modelo de RSE.