



**CIENCIAS ECONÓMICAS**

*“Comercio Justo: una alternativa  
ética para fomentar una alianza de  
desarrollo sustentable para América  
Latina y el Caribe”*

Tesis presentada para la lograr del título de:  
Licenciatura en Comercio Internacional.

Presenta:

*Sasha Cecilia Lococo.*

**MARZO DE 2019**

*“Comercio Justo: una alternativa  
ética para fomentar una alianza de  
desarrollo sustentable para América  
Latina y el Caribe”*

## **Dedicatoria**

*A mi hermana Luna por su solidaridad, comprensión, paciencia y ser mi sostén en todo momento.*

*A mis padres por haberme dado la posibilidad de formarme académicamente. En segundo lugar, por apoyarme en cada decisión y cada paso en mi vida; y, esencialmente, por enseñarme a ser perseverante.*

*A mi abuela Ana y a mi novio Rodrigo por brindarme amor, motivación y apoyo incondicional siempre.*

*A mi familia, en general, por proporcionarme su cariño día a día.*

*A mis amigas, en especial a Cássia, por enseñarme el valor de la amistad, transitar este camino juntas y estar presente en la cotidianidad.*

*Finalmente, a mi tutora, Mg. Susana Darín, por acompañarme en este proceso de aprendizaje durante el trayecto de la carrera y, especialmente, en la elaboración de mi trabajo final de tesis.*

*“Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades  
para su propia producción o construcción”*

*(Paulo Freire)*

## RESUMEN

El presente trabajo final de tesis tiene como principal objetivo dar a conocer y proponer el surgimiento del movimiento del comercio justo como modelo alternativo al sistema comercial tradicional predominante en la actualidad.

La presente investigación adopta una perspectiva puramente ética, proponiendo como eje central la resignificación del comercio como actividad tendiente a contribuir a una mayor equidad y contribuyendo a generar condiciones comerciales más igualitarias en el actual sistema económico.

Durante el avance de la investigación, se demostrará cómo, a medida que los sistemas de producción van evolucionando, se producen nuevos avances tecnológicos y, en consecuencia, la conformación de subjetividades y valores preestablecidos (individualismo, competencia, desigualdad social), las transformaciones económicas, políticas, sociales, institucionales y medioambientales y los dilemas éticos presentes en la contemporaneidad.

Es por ello por lo que, en el abordaje metodológico se desplegarán las diversas aristas al momento de plantear al comercio justo como alternativa ética para fomentar una alianza para el desarrollo sustentable de los países del Sur.

La tesis estará estructurada en cuatro capítulos. En el primer capítulo, se abordarán: la introducción, los lineamientos generales de la estructura de la tesis y el marco teórico. En el segundo capítulo, se detallará el problema de la investigación que conlleva a plantear la propuesta del comercio justo como alternativa ética para fomentar una alianza para el desarrollo latinoamericano. En el tercer capítulo, se desarrollará el debate entre autores a modo de discusión teórica de la temática. Y, finalmente, el cuarto capítulo contendrá las estrategias para implementar el comercio justo como modelo de desarrollo sostenible, comprendido en la conclusión, la bibliografía utilizada y los Anexos.

*Palabras clave:* globalización, ética, ventaja comparativa, economía social, desarrollo sostenible.

## **ABSTRACT**

The main objective of this final project of thesis is to announce and propose the rise of the fair-trade movement as an alternative model to the traditional trading system preponderant today.

The present investigation adopts a purely ethic perspective, proposing as a central axis the resignification of trading as an activity with a tendency to contribute to a major equality, and contributing to create more egalitarian trading conditions in the actual economic system.

During the progress of the investigation, it will be demonstrated how, as the production systems evolve, new technological advances occur and, as a consequence, the development of subjectivities and preestablished values (individualism, competence, social inequality), economical, political, institutional and environmental transformations, and present ethical dilemmas in the contemporaneity.

That is why, in this methodological approach, the different edges will be deployed when considering fair trade as an ethical alternative in order to propose an alliance for the environmental development of the South countries.

This thesis will be structured into four chapters. On the first chapter will be approached: the introduction, the general guidelines of the structure of the thesis and the theoretical framework. On the second chapter, the problematic of the investigation, which leads to pose the proposal of fair trade as an ethical alternative to encourage an alliance for the environmental development, will be detailed. On the third chapter, the debate among authors as a theoretical discussion of the topic will be developed. Finally, the fourth chapter will include the strategies to implement fair trade as an environmental development model, devised in the conclusion, bibliographic references and the annexes.

**Keywords:** globalization, ethic comparative advantage, social economy, environmental development.

## TABLA DE CONTENIDOS

### Capítulo I

1. Introducción.....	p.1
2. Presentación del caso.....	p.7
3. Tema.....	p.7
4. Problema general.....	p.7
5. Objetivo general.....	p.8
6. Objetivos específicos.....	p.8
7. Elección del tema.....	p.9
8. Justificación del tema.....	p.10
9. Marco teórico.....	p.11
9.1 Breve Recorrido histórico del Comercio No Convencional.....	p.14
9.2 Definición de Comercio Justo.....	p.18
9.3 Actores intervinientes.....	p.21
9.4 Principios del comercio justo.....	p.23
9.5 Ética.....	p.25
9.6 Economía del bien común.....	p.26

### Capítulo II

1. Dilemas éticos en el Comercio Internacional.....	p.31
2. Ética, economía y desarrollo sostenible: la relación excluyente.....	p.35

### Capítulo III

1. El impacto de la ética al desarrollo sostenible.....	p.39
1.1 Resignificación del bien común.....	p.39
2. Comercio justo: un abordaje ético.....	p.46
2.1 Del consumismo al consumo responsable.....	p.46
2.2 Responsabilidad social y empresarial.....	p.50
3. Comercio Justo latinoamericano y ODS N°17.....	p.54

## **Capítulo IV**

1. Conclusión.....p.59
2. Bibliografía.....p.64
3. Anexos.....p.67
  - 3.1 Información estadística del aporte del comercio justo.....p.67

## CAPITULO I

### 1. Introducción

En un mundo interdependiente, individualista y liberalizado, las posibilidades de acceso al mercado para los sectores de mayor vulnerabilidad son cada vez más limitadas y contraproducentes, ocasionándose que muchos de ellos se mantengan en condiciones de supervivencia con ingresos económicos bajos y pocas posibilidades de desarrollo.

En este escenario globalizador, motivado por la competencia empresarial, los sistemas de producción actuales han contribuido a una tendencia consumista cuyas consecuencias más relevantes se mencionarán a continuación. Primeramente, la pérdida de la soberanía alimentaria, entendiéndose como:

*El derecho de los pueblos a definir su propia alimentación y agricultura; a proteger y regular la producción y comercialización nacional a fin de lograr objetivos de desarrollo sostenibles; a determinar la medida en que quieran ser autosuficientes; a restringir el dumping de productos en sus mercados; y a proporcionarle a las comunidades de pescadores artesanales la prioridad en la administración del uso de recursos acuáticos y los derechos sobre los mismos. La Soberanía Alimentaria no invalida el comercio, sino más bien fomenta la formulación de políticas y prácticas de comercio que sirvan a los derechos de los pueblos a la alimentación y a la producción inocua, sana y ecológicamente sostenible (Windfuhr & Jonsén, 2005, p.3).*

En segundo lugar, la falta de poder de decisión de los consumidores sobre lo que se produce y se consume, limitando su rol en el proceso de decisión de compra. Por último, se ha producido una concentración de la distribución en las grandes cadenas de supermercados y, como consecuencia, ha permitido el fortalecimiento de la posición en el mercado de las empresas transnacionales.

Al monopolizar y centralizar el mercado, dichas corporaciones limitan el accionar de los pequeños productores, quienes, en su mayoría, acaban vendiendo sus productos a bajo precio y, generalmente, no alcanzan a cubrir los costos de producción. Del

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

mismo modo, la cadena de comercialización se encuentra dominada por las grandes empresas, lo cual genera un impedimento para los pequeños productores a la hora de querer aumentar el valor agregado en su producción.

No obstante, cabe destacar que las contradicciones sociales que surgen de la explotación de la mano de obra, de la exclusión del primer eslabón de la cadena productora, de la distorsión de precios y de la pérdida de calidad en el afán de bajar los precios, han dado origen a métodos de producción y comercialización más convenientes para los pequeños productores. Dichos procesos contemplan no sólo los valores económicos, sino también los sociales y ambientales.

Debido a lo expuesto, hace algunas décadas empezó a proyectarse una respuesta mediante un tipo de comercio alternativo: el comercio justo. Este sistema se proclama como oportunidad para crear vínculos directos entre los productores agrícolas de los países del Sur y los consumidores o importadores, que, en su mayoría, se encuentran localizados en los países industrializados. Además, destapa un marco de opciones para aquellos que residen en las zonas rurales y poseen estrechas parcelas, como a los propietarios de pequeñas y medianas empresas dedicados a la transformación y comercialización de productos de base.

En contraposición, la estructura tradicional del comercio convencional está caracterizada por tres factores: la interrelación de productos y de servicios en una serie de actividades con valor agregado, la configuración espacial y organizacional que conforman la red de producción y marketing y la estructura de gobernabilidad que determina las relaciones de poder y la ubicación de los recursos en la cadena de producción.

Dicha estructura podría ser reforzada con la contribución de factores que emergen de otros enfoques como el cultural, que toma en cuenta elementos como los hábitos de consumo y el grado de concientización de los consumidores con respecto a la situación de los productores del Sur.

Es así como, en este contexto, el comercio justo responde a los dos criterios principales de todo movimiento social. Por un lado, este sistema se basa en una dimensión de carácter voluntaria y colectiva que busca una causa común, es decir, de interés social. Por el otro, la base militante del comercio justo cree en la causa que

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

defiende. Esto es debido, principalmente, a que existe una dimensión ideológica que se apoya a un sistema de valores y creencias basados en principios como la justicia social, la solidaridad y la cooperación. Es por ello por lo que, el comercio justo no se puede reducir a una simple práctica comercial.

Cabe aclarar que cuando hacemos mención a la base militante del movimiento, nos referimos a los actores del comercio justo: Organizaciones no gubernamentales (ONG's), pequeños productores, grupos de consumidores, coordinadoras estatales, instituciones internacionales, entre otros.

Por tal motivo, en este escenario, se torna imprescindible la creación de mercados alternativos como el del Comercio Justo para generar aportes en materia de producción, comercialización, distribución y consumo y, primordialmente, para acabar con las profundas injusticias sociales que emergen del modelo económico en el que estamos inmersos socialmente. Asimismo, se busca generar transparencia en la rendición de cuentas; desarrollar capacidades que puedan mejorar las condiciones de acceso a los mercados; promover la autonomía de los productores y el pago de un precio justo; garantizar la equidad en materia de género; asegurar condiciones laborales dignas, aboliendo el trabajo infantil; mejorar las prácticas medioambientales bajo métodos de producción responsables y sostenibles para poder contribuir a una verdadera Responsabilidad Social Empresarial (basada en el respeto a la dignidad de las personas, empleo digno, solidaridad, subsidiariedad, contribución al bien común, corresponsabilidad, confianza, ética en los negocios, interrelación con la comunidad, transparencia, justicia, equidad y desarrollo social); lograr que las relaciones comerciales tengan como finalidad el bienestar social sostenible en el largo plazo. Es decir, se aspira hacia un nuevo ordenamiento jurídico-social con normas y prácticas tendientes a la implementación de este.

A su vez, esta realidad se agrava con la actual crisis económica mundial en donde los sectores más desfavorecidos son los países del hemisferio sur, generándose múltiples consecuencias: pérdidas de empleo, disminución del poder adquisitivo de la población, presión impositiva, ciclos de recesión, una creciente desigualdad socioeconómica, períodos de inestabilidad política, centralización del poder, impactos ambientales adversos, entre otras.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

*La aplicación de la economía de mercado es consistente con formas muy diferentes de distribución de los recursos, normas de funcionamiento o condiciones que favorezcan la participación en el mercado. Dependiendo de estas condiciones, la propia economía de mercado generaría diferentes precios, condiciones de semejantes, distintas distribuciones del ingreso y, en términos más generales, resultados globales diversos. Los cambios institucionales y las reformas políticas pueden alterar de forma radical los niveles imperantes de desigualdad y pobreza, sin hundir con ello la economía global. (Sen, 2002, p.17)*

Sin embargo, pese al paulatino auge de este movimiento y al trabajo en red que conlleva la difusión de este, se carece, actualmente, de la concientización y de la implementación de políticas de apoyo e incentivo al movimiento por parte de los estados nacionales, organismos internacionales y gubernamentales, actores del comercio internacional y de la sociedad civil.

Como se mencionó con anterioridad, el Comercio Justo se autoproclama como el movimiento que acarrea la idea de la justicia comercial inclusiva. Es por ello que apela, en los diversos Tratados de Comercio Internacional de carácter bilateral o multilateral (entendidos como acuerdos pactados entre dos o más países para contribuir a la mejora del intercambio comercial y sus relaciones económicas), dejar de lado las regulaciones mínimas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y continuar en un libertinaje de un sistema de comercio empobrecedor de los pequeños productores y de los países del Sur. En otras palabras, un modelo económico que supere la dicotomía entre dos corrientes extremas, capitalismo y comunismo, para maximizar el bienestar social global:

*Una desigualdad de poder en las relaciones comerciales privadas no sería el menor de los problemas si ambas partes se enfrentasen con respeto y con el propósito de proteger la dignidad. Entonces, la persona más fuerte se encontraría al mismo nivel y a la misma altura que la menos fuerte, y tomaría los deseos y sentimientos de esta tan en serio como los propios. El resultado solamente sería satisfactorio cuando ambos pudieran vivir bien. Pero en la economía capitalista directamente se incentiva a los más poderosos para hacer de esta desigualdad una ventaja. El resultado de percibir*

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

*el beneficio propio y la competencia resultante es la especial eficacia del libre mercado* (Felber, 2014, p. 35).

Habiendo expuesto lo anteriormente mencionado, es pertinente plantear el siguiente interrogante: ¿Es el comercio un acuerdo de integración o un acuerdo de asociación? Ante este planteo, considero que el comercio debería regirse en base a la integración, concepto que se contrapone a la ideología del acuerdo de asociación.

Según la Real Academia Española (RAE, 2019), se entiende por “*integrar*” a comprender o abarcar todos los elementos o aspectos de algo, es decir, constituir un todo. En contraposición, el término “*asociar*” hace referencia a juntar algo con otro para concurrir a un mismo fin.

Es por lo que considero que en el acuerdo de asociación debería regirse el Comercio Justo ya que está sustentado en la cooperación y solidaridad económica para compartir recursos, conocimientos, habilidades; y proyectarse conjuntamente hacia un desarrollo humano integral, sostenible, equitativo, interconectando lo que se podría denominar los “dos extremos” de la cadena de comercialización global (*global chain*): *por un lado, el productor responsable y, por otro, el consumidor ético. Ambos interesados el uno por el otro. El uno, porque los productos al que accede “el otro” sean de la máxima calidad y en la cantidad adecuada; “el otro”, por las condiciones de vida del productor, su familia y comunidades. Podríamos definir entonces el Comercio Justo como el encuentro fundamental entre el productor responsable y el consumidor ético (economie de proximité). Ya decía Razeto hace muchos años que el mercado es sobre todo una construcción social* (Fretel, 2009, p.7).

En síntesis, el Comercio Justo es un movimiento multifacético en el cual no sólo debe analizarse como una estrategia comercial, desde una óptica netamente del marketing, sino que debe ser considerado como un vehículo que aspire e incentive a la producción local sostenible, que genere puestos de trabajos dignos, garantice la igualdad de género, impulse valores éticos en las culturas conservando la identidad de los pueblos y que sea un componente alternativo que pueda ser visto como una estrategia para fomentar el desarrollo integral desde lo local.

De este modo, no se trata de que el Comercio Justo extinga o se contraponga al Comercio Internacional o Nacional, sino que se avance en repensar racionalmente al

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

comercio como una actividad basada en relaciones comerciales de intercambio cuyo fin sea el bien común, orientado hacia un desarrollo solidario y sustentable, cuyos beneficios de dicha actividad sean llevados de lo local a lo global.

Ante lo expresado con anterioridad, se plantea lo siguiente: ¿Es el Comercio el propulsor del desarrollo sostenible?

Primeramente, es necesario definir la terminología de dicha expresión. El origen de la palabra “*sostenibilidad*” se remonta al año 1987 en el Informe Socioeconómico de Brundtland (1987) titulado “*Nuestro futuro común*” y elaborado para la Organización de las Naciones Unidas. En el contenido de este, se utilizó por primera vez la palabra compuesta “*desarrollo sostenible*” haciendo referencia a que debería “*Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades*”.

Entonces, la sostenibilidad se basa fundamentalmente en tres pilares: ecológico, económico y social; proponiendo la interacción equitativa entre las tres esferas que garanticen el desarrollo perdurable en el largo plazo.

En síntesis, habiendo descripto lo anteriormente expresado, en el desarrollo de la presente investigación se podrá observar la interrelación de los conceptos de “Comercio Justo” con el “Desarrollo sostenible” ya que los mismos persiguen un solo fin: lograr una distribución equitativa de los recursos en todas las esferas a nivel global.

Por otro lado, si bien, en la actualidad, el comercio justo no representa ni el 1% del comercio internacional a nivel global, se constituiría como alternativa en Latinoamérica para favorecer un comercio no convencional basado en la equidad.

Es por ello, que como modelo opcional emergido en el sistema capitalista (tales como los movimientos de la Economía del bien común, la Economía Solidaria, el Cooperativismo y las Finanzas éticas), se intentará demostrar la relevancia de reivindicar a las economías locales. Entonces, el foco central estará basado en que las oportunidades creadas socialmente se reencuentren con las oportunidades económicas.

En el libro “*Las venas abiertas de América Latina*” Galeano afirma (2004): “*El pueblo que compra manda, el pueblo que vende sirve; hay que equilibrar el comercio*”

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

*para asegurar la libertad; el pueblo que quiere morir vende a un solo pueblo, y el que quiere salvarse vende a más de uno” (p. 97).*

## **2. Presentación del caso**

Para la realización del presente trabajo de investigación, se optó por el diseño de una estructura de tesis basada en el debate entre autores como modelo de discusión teórica. A su vez, comprenderá de un trabajo de revisión y análisis bibliográfico de un problema relevante en un campo disciplinar específico.

Asimismo, implicará un análisis crítico y de rigor académico sobre el estado del arte del problema mencionado con anterioridad. Y, para ello, se propondrá un debate entre los principales autores y corrientes de pensamiento, asociadas a los modelos de comercio convencional y al comercio alternativo, definiendo las corrientes más representativas vinculadas con la problemática del Comercio Justo para forjar una alianza para el desarrollo sostenible en el contexto latinoamericano, entramando las principales líneas de debate.

## **3. Tema**

Propuesta del movimiento de comercio justo desde un abordaje ético para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe.

## **4. Problema general**

El comercio internacional está dominado por la lógica del libre mercado, que fomenta la creciente competitividad y la obtención del máximo beneficio económico. Consecuentemente, se utiliza la medición de la acumulación capital, en vez de la utilidad social, como meta y no como medio.

Frente a las dinámicas económicas internacionales impulsadas por la globalización, se han exacerbado las condiciones de pobreza de las poblaciones más vulnerables debido a que el sistema de comercio se centraliza únicamente en la relación costo-

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

beneficio y el crecimiento de los mercados, haciendo a un lado la preocupación por el bienestar de los miembros de la sociedad que se mueve en torno al sistema económico.

Entonces, lo que se ocasiona es un dilema de inclusión-exclusión. Por lo tanto, la principal problemática de esta investigación está basada en que las Naciones del Sur se ven más desfavorecidas frente a las economías del Norte, generando una relación de subordinación al dominio del capital y una condición de inferioridad, imposibilitando el desarrollo de los pueblos Latinoamericanos y del Caribe; provocando desigualdad social, pobreza extrema, exclusión del sistema comercial imposibilitando el acceso a nuevos mercados, menor poder adquisitivo escasa intervención en la toma de decisiones en el plano internacional.

Es por ello, que es imprescindible repensar un nuevo ordenamiento mundial basado en una arquitectura internacional de desarrollo con el objetivo de reducir la brecha de desigualdad social preexistente y avanzar hacia una mayor sostenibilidad.

## **5. Objetivo general**

Proponer el movimiento del comercio justo como alternativa a las prácticas comerciales desiguales, circunscriptas en el sistema capitalista predominante resinificando valores como la igualdad, la justicia, la equidad, para fomentar el desarrollo sustentable de los pueblos del Sur.

## **6. Objetivos específicos**

1. Desarrollar la evolución histórica del comercio justo y contraponerlo con el comercio convencional
2. Comparar las diferentes definiciones de comercio justo en base a los distintos autores y corrientes representativas a la problemática.
3. Proponer estándares de valores y principios basados en un comercio justo, equilibrado, sostenible y participativo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

4. Repensar las formas actuales de comercio, a partir de un nuevo modelo de sistema económico basado en la cooperación y el bienestar social.

5. Analizar la relación de la contribución del comercio justo al desarrollo sostenible.

## **7. Elección del tema**

La elección del tema para abordar la problemática del Comercio Justo como alternativa ética para fomentar una alianza para el desarrollo de los países del Sur fue debido a que en la actualidad sólo se habla de indicadores económicos cuyo objeto es maximizar la relación costo-beneficio, ingresos percibidos, cantidad de productos elaborados y vendidos, el tipo de cambio o el balance general de las organizaciones sin contemplar los efectos adversos de la globalización, dejando de lado el capital social y humano que se empleó para lograrlo. Es decir, la economía, como ciencia social, ha perdido el eje de este: el bien común.

Otro de los motivos fue debido a que en la República Argentina se carece de una Coordinadora Nacional de Comercio Justo. Si bien está presente la iniciativa de iniciar una Coordinadora birregional de Argentina y Uruguay, las sedes de las coordinadoras se encuentran funcionando en los siguientes países: México, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Panamá, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia, Paraguay y Brasil.

Esto lleva a que, a nivel regional, se dificulte la integración, la coordinación y planificación de estrategias para la llevar a cabo en la promoción de un Comercio alternativo al convencional.

Por último, la designación del tema fue debido a la causal de las tendencias endógenas de desigualdad. Es decir, las mismas, considero que surgen de no haber sido neutralizadas por las fuerzas que predominan en el sistema económico actual de libre mercado y por las políticas públicas empleadas tanto en el ámbito económico como social. En consecuencia, lo que se produce es un aumento de la polarización de las tendencias en la región latinoamericana.

## **8. Justificación del Tema**

El motor que impulsó el desarrollo del siguiente trabajo final de tesis fue debido a que hay una amplia brecha entre la teoría y la praxis, lo que adopta una perspectiva convencional del comercio internacional. Debido a la carencia de un enfoque integral ético, he optado por proponer una mirada distinta y alternativa a la predominante actualmente.

Esto es debido a la falta de concientización que acarrea las consecuencias de los actos del comercio, es decir, los dilemas éticos. Algunos de ellos: la hambruna mundial, escasez de recursos, comercio desmesurado, corrupción, desigualdad en derechos, explotación infantil, pobreza extrema, distribución no equitativa del ingreso, los fenómenos relacionados al cambio climático, elevados índices de mortalidad infantil, déficit en materia sanitaria, desequilibrios en las balanzas comerciales, volatilidad del tipo de cambio, falta de educación, desempleo, entre otros.

Es por ello, que busco proponer un modelo que contemple los desequilibrios sociales predominantes resignificando los valores perdidos como la solidaridad, la cooperación, la desigualdad, la inclusión social y visibilizando los problemas mencionados con anterioridad en la región con el propósito de generar una mayor conciencia social.

## 9. Marco teórico

Desde hace algunos años, la palabra “*globalización*” se ha puesto de moda para dar cuenta de los procesos sociohistóricos que ha transitado la humanidad en las últimas décadas. Las grandes revoluciones tecnológicas han servido como criterio de periodización de la historia y, por ende, para delimitar el nuevo orden actual.

Con la resignificación de las variables tiempo y espacio, la creciente interdependencia global y la simultaneidad de los hechos, se modifica la concepción del sujeto y el proceso de toma de decisiones.

En este paradigma caracterizado por la incertidumbre, los actos ya no solo inciden a nivel local, sino también a nivel global. Las decisiones humanas son las acciones que delimitan el contexto histórico y sus transformaciones.

En primera instancia, y con el fin de intentar comprender el contexto en el que emerge la globalización, se debe definir la terminología y el recorrido histórico a desarrollar.

El término “*globalización*” ha sido empleado para describir el nuevo orden mundial, el cual se caracteriza por una creciente integración e interdependencia entre los actores y factores que lo conforman. Los mercados, culturas y sociedades se unifican, transformando todo a nivel económico, político, tecnológico, social, cultural y ecológico existente.

Dicho concepto comenzó a ser utilizado hacia fines de la década del sesenta, cuando el sistema internacional experimentó cambios crecientes de interdependencia económica y política. Desde el punto de vista etimológico, se puede tomar en cuenta el concepto de “*aldea global*” (McLuhan, 1995). Al desglosar esta expresión, la palabra “*aldea*” refiere a una comunidad pequeña, con rasgos y características propias. No obstante, al añadir el término “*global*”, su concepción se resignifica ya que lo global sugiere el avance de las comunicaciones (estar al tanto de los hechos en todo momento y lugar) y una comunidad homogénea e intercomunicada permanentemente.

Con respecto a los orígenes del proceso globalizador, se da una gran cadena que remonta varios acontecimientos:

El primero a tener en cuenta surge entre los siglos XV y XVI, con el inicio del paradigma moderno y la consolidación de los Estados-Nación en Europa Occidental. Dicho orden, basado en la razón y el individualismo, dió lugar a una sociedad industrial cuyo espíritu era capitalista y liberal: en este sentido, se introdujo la dinámica de la propiedad privada de los medios de producción, dando importancia al capital como generador de riqueza. A su vez, se asignaron recursos a través del mecanismo del libre mercado, en consecuencia, surgió un paso de lo local a lo nacional donde la ideología dominante fue el nacionalismo.

¿Qué se buscaba con este nuevo orden sociohistórico? Resultaba importante establecer y detentar un territorio con límites bien definidos que pudiera ser controlado, autónomo y soberano. Obtener una territorialidad geográfica significaba, a su vez, territorialidad del trabajo y del capital, ambos articulados por el poder político que ejercían los Estados Nacionales.

La transición de este sistema produjo el debilitamiento de los Estados Nacionales, lo cual daría origen a los procesos colonizadores y migratorios. Es decir, a partir de los primeros viajes transoceánicos del siglo XVI, que vinculan la transición al capitalismo como sistema de producción e ideología, comienza a configurarse la concepción de espacio global como proceso de expansión y apertura. Asimismo, con las conquistas europeas y las nuevas tecnologías que surgen con la revolución industrial, se produce una nueva forma de acumular riqueza, y nacen nuevas figuras que cambian las reglas comerciales: comerciantes y banqueros.

A partir del siglo XIX el actual sistema interestatal comienza a configurarse. El mismo expresa la relación que se produce entre naciones, que conlleva al nacimiento de nuevas organizaciones internacionales, entre ellas la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC), cuya finalidad es crear y garantizar normas a modo de regularización internacional.

Ya para el siglo XX, las funciones del estado volvieron a cambiar. Entre las décadas del cincuenta y setenta, con la creación de empleo, el control de los centros de producción nacional y la acentuación en el poder político, se permitió el crecimiento económico.

En síntesis, se puede pensar que el capitalismo intentó hacer del mundo un sistema administrativo, instrumentando políticas cuya finalidad es, en definitiva, el control social y todo lo que ello implica. Pero acontecimientos como: las dos guerras mundiales, la reunificación del mercado mundial capitalista con la hegemonía de los Estados Unidos tras la derrota de las revoluciones socialistas en Rusia en la década del ‘50 y el colapso de la Unión Soviética, la caída del muro de Berlín, la revolución informática y de los medios de comunicación, el auge de las empresas multinacionales y las cadenas de valor a lo largo del mundo, dan cuenta del fin de una etapa histórica e inicio de la globalización.

El nuevo orden mundial trajo consigo la resignificación de las variables de tiempo y espacio, impactando directamente en la vida cotidiana de las personas. Con respecto a la variable “*tiempo*”, el avance tecnológico e informático produjo una modificación en las comunicaciones, dando lugar a la creación del ciberespacio. Este espacio trae aparejado un cambio en la vivencia de temporalidad, ya que permite la simultaneidad entre el hecho, y su potencial percepción en cualquier parte del mundo.

Este concepto puede ser acompañado por el término “*no lugar*” (Auge, 1992). Dicho término implica un espacio despojado de las expresiones simbólicas, de la identidad y de las relaciones. Tampoco da lugar a lo histórico, ya que vivimos reinados en el presente, la actualidad y lo urgente. En sí, el “*no lugar*” conlleva a una sociedad formada por individuos no identificados, no socializados y no localizados.

Con respecto a la variable “*espacio*”, surge la invención de un espacio extraterritorial. El mismo introduce nuevas formas de vinculación entre los sujetos, otorgándoles un carácter virtual y diversas modalidades de expresión, escudados en el anonimato que los mismos generan. Dentro de este mundo globalizado, donde la ideología dominante es el liberalismo, los vínculos existentes producen relaciones basadas en la percepción del otro como mercancía.

En este sentido, el sociólogo Zygmunt Bauman refiere a la palabra “*líquido*” como un concepto interesante para analizar la sociedad actual: dicho adjetivo hace referencia a aquello que no tiene forma ni consistencia, y que puede ser reflejado en la nueva forma de concebir el espacio, el capital, las instituciones y normas que rigen la sociedad actual.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

El paradigma del que emerge la globalización puede ser denominado de varias formas posmodernismo, neoliberalismo, mundialización, internacionalización, integración, universalización, entre otros. La concepción de “*Modernidad Líquida*” supone que los sólidos conservan su forma, consistencia y persisten en el tiempo. En cambio, los líquidos son informes y fluyen constantemente. La solidez de los vínculos que representan las acciones individuales y colectivas, se están derritiendo. Es el momento de la desregulación, de la flexibilización, de la liberalización de todos los mercados (Bauman, 1999).

Desde este punto de vista, podemos plantearlo como un paradigma de incertidumbre, inmediatez, cambio continuo e inestabilidad. Un prototipo donde se acentúan rasgos del capitalismo, como el individualismo, la privatización, la flexibilización laboral, la libertad de los mercados, la no intervención del estado como ente regulador. Por ende, al estar inmersos en un estado líquido, y resignificar los variables de tiempo y espacio, no ocupamos ningún lugar específico, no somos considerados “sujetos” sino “objetos” pertenecientes a la nueva sociedad de consumo.

Aclarado dicho panorama, para comenzar el análisis de la temática planteada, es imprescindible definir la concepción del Comercio Justo a partir del abordaje de los diferentes autores y organismos institucionales reconocidos a nivel internacional para poder comprender el fenómeno a estudiar.

### **9.1. Breve recorrido histórico del Comercio no Convencional**

El término “*Comercio Justo*” (certificado *Fairtrade*) comenzó a emplearse internacionalmente a partir del año 1964, durante el desarrollo de la Conferencia Sobre Comercio y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (UNCTAD) llevada a cabo en Ginebra, Suiza bajo el lema “*Comercio, no ayuda*” (*Trade, not Aid*). Durante la misma, el movimiento de los denominados “Países No Alineados” conformado por una agrupación de estados durante la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética para adoptar una posición neutral, defendió una visión alternativa de desarrollo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Perfilándose la necesidad de construir un Nuevo Orden Económico Internacional para dar respuesta a las consecuencias sufridas de la dependencia económica, tecnológica, financiera y política de los países del Norte, surgen redes comerciales alternativas por parte del Continente Europeo y Americano para importar productos de carácter internacional sin intermediarios.

Sin embargo, el origen ideológico data del siglo XIX cuando un autor denominado Max Havelaar escribe un libro acerca de la desigualdad comercial entre Indonesia y los Países Bajos. El mismo hacía referencia a la explotación de los trabajadores en las plantaciones de Café en Java por los comerciantes coloniales holandeses.

Luego, el concepto comienza a tener auge en el continente europeo y en América de Norte. En el año 1949, se crea el SERRV, en los Estados Unidos, una ONG que favorece las ventas de los productores desfavorecidos.

Posteriormente, comienzan de las actividades de importación de una firma denominada Oxfam que comercializa en Inglaterra. Luego, en abril de 1969, se abre la primera tienda del tercer mundo en Holanda con el objetivo de vender productos artesanales directamente desde el primer eslabón de la cadena de comercialización: el productor.

Acontecimientos como la creación de la primera cooperativa Jute Works en Bangladesh, o la introducción del café indio en las cooperativas de Guatemala, han sido relevantes para la historia del movimiento.

En el año 1988 se crea el primer sello de garantía de productos de comercio justo denominado “*Max Havelaar*”. Esta certificación tenía como propósito expandir la red del comercio justo, aumentando los volúmenes de ventas de los pequeños productores usando los canales convencionales de la comercialización mediante productos debidamente registrados y de fácil reconocimiento.

También, significó un hito en el ámbito de las relaciones entre los países del Norte y los del Sur, abriendo camino a la creación de las certificaciones *Transfair*, *Fairtrade* y otras certificaciones de carácter ético y sostenible.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Por otro lado, generó la concientización en materia de Responsabilidad Social Empresarial y el rol protagónico de los pequeños productores latinoamericanos como actores del comercio justo.

A su vez, se crearon cuatro organizaciones representativas internacionalmente teniendo su sede en el continente europeo. Dichas organizaciones nuclean la denominada agrupación FINE en el año 1988. Las siglas representan un acrónimo de las organizaciones que lo componen: FLO (Fair Trade Labelling Organizations International), IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo), ¡NEWS! (Red Europea de Tiendas Mundo) y EFTA (Fundación Europea de Comercio Alternativo).

El objetivo de FINE es crear una plataforma estándar para desarrollar bases comunes que puedan ser seguidas e implementadas por todas las organizaciones. A su vez, compartir información con las cuatro organizaciones que nuclea para poder transferir conocimientos, incrementar la calidad, armonización en los sistemas de comunicación, eficiencia de los sistemas de control y monitoreo, difundir el movimiento, crear campañas en apoyo al mismo.

En segunda instancia, FLO es una organización no gubernamental que coordina a nivel internacional la certificación de los productos de comercio justo “FAIRTRADE”. Fue fundada en 1997. Su sede se encuentra en la ciudad de Bonn, Alemania. Cuenta con 24 organizaciones que amparan un único sello de comercio justo para garantizar los estándares del movimiento.

FLO, aplica dos tipos de estándares diferentes dentro del comercio justo. El primero, se aplican a los pequeños productores nucleados en estructuras democráticas, como por ejemplo cooperativas. El segundo grupo, se aplican a los trabajadores que pueden pagar remuneraciones decentes y afiliarse a sindicatos, garantizando condiciones de seguridad y salud. Cabe aclarar que siempre se debe asegurar el pago de un precio mínimo, que es el retribuido a los productores. Además, existe una contribución adicional en la que puede ser invertida en las comunidades o en los negocios.

Dentro del sistema de certificación, las marcas que llevan los productos Fairtrade en el embalaje de estos, tienen una licencia de FLO y de las organizaciones de comercio justo. A su vez, refleja el apoyo a los productores y a las comunidades

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

asociadas al movimiento que producen: café, té, azúcar, bananas, frutos secos y disecados, arroz, miel, vino, jugos de frutas, quinua, legumbres, soja, especias y hierbas, flores, algodón y balones deportivos.

A su vez, el proceso de certificación de los productores y comerciantes de productos pertenecientes a la red que es llevado a cabo por FLO-CERT, se audita periódicamente, verificando los criterios del comercio justo, la calidad de los productos, las condiciones de los productores, la transparencia en la rendición de cuentas debiendo demostrar que la cantidad vendida sea la misma entre consumidores y productores.

Siguiendo con los entes más representativos, surge IFAT. Es una organización que se creó en el año 1989 y su sede está radicada en el país holandés. IFAT estaba compuesta por tres categorías: los miembros, el consejo consultivo y la secretaria distribuidos en las regiones de África (Cooperación del Comercio Justo en África-COFTA), Pacífico, América Latina (IFAT LA), Europa (IFAT), América del Norte y Asia (Foro Asiático de Comercio Justo Inc.- AFTF).

Dicha organización pasó a denominarse WFTO (Organización Mundial del Comercio Justo) que engloba más de 400 organizaciones en 70 países. A su vez, posee una oficina central en América Latina (WFTO-LA).

La misión de dicha organización es mejorar el bienestar y sustento de los productores en condiciones desfavorables por medio del fomento y la conexión de organizaciones del comercio justo y la difusión de mayor justicia y equidad en el comercio mundial.

Adicionalmente, en 2004 se crea también el sello correspondiente a IFAT denominado FTO- Mark (Fair Trade Organization). El mismo identifica a cientos de organizaciones de comercio justo registradas por el sello de calidad. Dicho sello sirve para identificar y merecer a las organizaciones que apoyan la promoción de este.

Por otro lado, surge NEWS! que es la Red Europea de Tiendas Mundo que fue creada en el año 1994. La misma se encarga de coordinar las asociaciones de las tiendas nacionales de Comercio Justo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

También, como organización representativa de comercio justo, surge EFTA. Es una asociación europea de comercio justo creada en el año 1990 formalmente cuya finalidad es agrupar importadores de comercio justo. Se dedica a la compra de productos agrarios y artesanales de productores localizados en los países de desarrollo. Su intención es mejorar el acceso de los productores y fortalecer las organizaciones de estos en dichos países.

Para finalizar el recorrido histórico, se mencionará a la organización internacional constituida en el año 2004: CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores y trabajadores de Comercio justo). La misma se articula a través de coordinadoras nacionales que representan a las organizaciones certificadas Fairtrade y a organizaciones de comercio justo. A través de las mismas, se logran posicionar los intereses y los problemas en las agendas públicas.

Habiendo hecho una reseña histórica del surgimiento del Comercio Justo como movimiento social, se procederá a la definición de este.

## **9.2. Definición de Comercio justo**

Si bien múltiples organizaciones a nivel mundial han adoptado diversas definiciones de “*Comercio Justo*”, tales como “*Comercio no Convencional*” o “*Comercio Alternativo*”, se realizará un análisis etimológico de la palabra compuesta para iniciar una línea de análisis.

Primeramente, la palabra “*Comercio*”, cuya raíz etimológica es el latino (*commercium*), hace referencia a una actividad socioeconómica basada en el intercambio de bienes y servicios entre diferentes partes o en la compraventa, cuyo destino puede ser su consumo final o la transformación de este a cambio de una retribución monetaria o un bien o servicio de igual valor. Adicionalmente, se puede definir como un lugar o establecimiento en donde se comercializan bienes o servicios.

Lo que tienen en común ambas definiciones es que convencionalmente se ha ligado el comercio íntimamente con la idea de la “negociación” y el “lucro”. La idea de lucro ha estado presente desde el primer sistema de producción desencadenado en la

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

comunidad primitiva por la Revolución Agrícola: el modo esclavista de producción. Dicho modo estaba basado en la explotación cuyas relaciones de producción consistían en la apropiación por parte de los dueños de esclavos sobre los medios de producción. Los mismos eran considerados instrumentos sin derechos.

Dicha idea fue evolucionando, haciendo que las actividades lucrativas potencien rasgos como el individualismo, el consumo desmesurado, un cambio en las prioridades en la pirámide de las necesidades humanas: (fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización) que arraiga consigo mismo la pérdida de la valoración de las cosas.

Por otro lado, la palabra “*justo*” según la Real Academia Española (2019) se define como: “*que obra según justicia y razón*”. La misma tiene un trasfondo ético que conlleva a un interrogante en el plano moral de qué es lo justo y lo injusto:

*Lo justo que lo es relativamente a los demás, es, para decirlo en una sola palabra, la equidad, la igualdad; y lo injusto es la desigualdad. Cuando uno se atribuya sí mismo una parte de bien más grande o una parte menos grande de mal, hay iniquidad, hay desigualdad; y entonces creen los demás que aquél ha cometido y que ellos han sufrido una injusticia. Si la injusticia consiste en la desigualdad, es una consecuencia necesaria que la justicia y lo justo consistan en la igualdad perfecta en los contratos (Aristóteles, 2017).*

Habiendo partiendo de la base etimológica, se dará inicio a la concepción del movimiento desde diferentes enfoques. Para comenzar, Según la carta de los Principios del Comercio Justo escrito por WFTO (World Fair Trade Organization) y Fairtrade International (2009), el movimiento se puede definir como:

*El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (p.6).*

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

También, se lo puede definir según FINE de la siguiente manera:

*“El Comercio Justo es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur”* (Ceccon, 2008, p. 61).

Por otro lado, el comercio justo es definido por Coccione y Nanno Mulder en su obra *“El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible”* (2017) como:

*El comercio justo es un movimiento socio-económico global que propone una manera distinta de entender las relaciones económicas y comerciales (...) El comercio justo es un modelo comercial que pone en centro a los seres humanos y a la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades, en vez de la maximización de las ganancias. Es un modelo que busca dignificar el trabajo de todos los actores involucrados en las cadenas de valor, fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales* (p. 19).

Por último, se planteará la siguiente definición:

*La principal finalidad del comercio justo es la de impulsar una red de comercio alternativo que fomente el consumo de productos que tengan en cuenta, tanto el criterio del pago de un precio justo a los productores, como la promoción de valores sociales y de respeto al medio ambiente. Además, brinda la posibilidad de esquivar el peso completo de las fuerzas del mercado sobre la venta de los productos, a través de redes de comercialización alternativas* (Krier, 2001).

Habiendo desarrollado las concepciones de comercio justo de diferentes abordajes, se puede establecer un análisis de lo expuesto por los autores mencionados. Por un lado, las principales similitudes que se pueden establecer son las siguientes:

- 1) Es un sistema de carácter alternativo basado en las relaciones comerciales.
- 2) Promueve valores sociales y culturales: dignidad, responsabilidad, equidad, justicia, respeto y transparencia.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

- 3) Pretende contribuir a la autogestión de los pequeños productores de las naciones del sur y al desarrollo sostenible.
- 4) Es un movimiento que busca la igualdad de derechos.
- 5) Antepone al capital social antes que a los beneficios generados por el mismo.

A su vez, dicho movimiento aspira a contribuir a la reducción de las brechas de desigualdad social presentes entre los países del Norte y del Sur y los dilemas éticos actuales: la lucha contra la erradicación de la pobreza, el cambio climático, las desigualdades de género, las prominentes tasas de mortalidad infantil y materna, el déficit en materia de educación, la carencia de agua potable e instalaciones sanitarias, el deterioro de los ecosistemas, sistemas de producción y consumo desmesurados .

Pero, ¿quiénes son los actores intervinientes en la red de este modelo?

### 9.3. Actores del comercio justo

Los actores intervinientes en la red de comercio justo son los siguientes:

- a) Productores: hace referencia a los pequeños productores que han sido excluidos del sistema comercial actual, imposibilitándose las condiciones de acceso a los mercados, limitando su actuación en los mismos. Según datos de Fairtrade international, en 2016 se reportaron más de 327.575 trabajadores y 731 productores certificados de comercio justo en América Latina y el Caribe, es decir, el 52% del total mundial (VER ANEXO I).

A su vez, dichos productores certificados se pueden clasificar en dos tipos de organizaciones: organización de pequeños productores y organizaciones laborales contratadas. Pueden estar organizados en múltiples formas. Por ejemplo: en familias, cooperativas, pequeñas empresas, talleres, entre otras.

Los requisitos que deben cumplir los productores para poder participar del comercio justo son, por ejemplo: la elaboración de productos de calidad, el pago de un precio justo, respetar el entorno cultural, proteger los derechos humanos,

estar nucleados en forma de organizaciones participativas, cooperativas y democráticas, promover un desarrollo ecológico mediante métodos de producción sostenibles.

- b) Organizaciones de comercio justo: cumplen un rol de intermediación entre el productor y el consumidor o importador. Surgen como un canal alternativo a los sistemas de distribución convencionales. Realizan tareas de contacto y de registro de productores e importadores; llevan a cabo pequeñas operaciones comerciales de importación y exportación que permiten que los productores del Sur puedan establecer lazos con los importadores del norte, posibilitándoles el acceso a los mercados de destino; generan políticas para difundir el movimiento y espacios de concientización de las causas por el cual se creó; otorgan financiamiento para las compras de los pequeños productores y buscan financiación externa; brindan asistencia técnica y capacitación continua a los productores; realizan procesos de auditoría y supervisión para garantizar que se esté cumpliendo con los propósitos del comercio justo.
  
- c) Tiendas de comercio justo: son aquellos puntos de venta en donde el consumidor puede adquirir los productos o recibir información acerca de los mismos. Tienen como objetivo aproximar al productor y consumidor, de forma de crear una sola unión, es decir, “prosumidores”. De esta manera, lo que se logra es fomentar un vínculo más directo y empezar a crear concientización, mediante un consumo responsable, acerca de quién elaboró el producto, en qué condiciones fue producido, en qué lugar y como repercute a la calidad de vida. Entonces, el anonimato generado por la exclusión y la resignificación de las variables tiempo y espacio mencionados en el marco teórico de la globalización, se va transformando en la identidad de los pequeños productores del sur y la cultura de sus pueblos.
  
- d) Consumidores: adquieren un rol protagónico en el esquema del comercio justo y son, junto a los productores, los principales beneficiarios de dicho movimiento. Como se mencionó con anterioridad, el consumidor, mediante su hábito cotidiano de compra, podrá obtener productos de calidad que contengan no sólo el producto

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

en sí, desde una concepción del marketing, sino un producto cargado de significación, historia, contribución a las problemáticas actuales, es decir, un producto con valor agregado.

De esta forma, se contribuye a fomentar el consumo responsable y a la formación de un consumidor crítico y socialmente comprometido.

Habiendo detallado los actores intervinientes considero pertinente preguntarnos, ¿cómo podemos aportar, a partir de las acciones individuales o grupales, al comercio justo?

Ante esta inquietud, nos surge la necesidad de citar los principios de comercio justo:

#### **9.4. Principios del comercio Justo**

La Organización Mundial de Comercio Justo o WFTO (World Fair Trade Organization) crearon 10 principios que las organizaciones de comercio justo deben seguir para garantizar su cumplimiento:

- La creación de oportunidades para productores en desventajas económicas.
- Transparencia en la rendición de cuentas.
- Prácticas comerciales justas: hace referencia a contrarrestar las diversas prácticas desleales existentes en la actualidad en el comercio internacional. Como, por ejemplo:
  - 1) Cuando una mercadería importada no recibe el mismo tratamiento que la mercadería nacional, lo que produce una ventaja sobre la mercadería importada y produce un efecto negativo en la producción nacional.
  - 2) Mercaderías importadas caracterizadas como idénticas o similares a las producidas nacionalmente que hayan sido introducidas bajo condiciones de dumping o subvenciones. Por “dumping” se entiende que es una práctica que se da cuando las mercaderías de un país “A” son introducidas a otro país “B” a un precio inferior al normal en el país de origen en el curso de operaciones normales. En cambio, por “subvenciones” se

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

entiende como aquellos incentivos, premio, beneficios económicos otorgados directa o indirectamente por la administración pública de un país a una determinada rama de la producción o a la exportación de mercaderías y que conlleve un beneficio al receptor.

3) Las importaciones de mercaderías que se dan bajo un sistema de discriminación de precios.

- Precio Justo.
- No al trabajo infantil ni forzoso.
- Compromiso de no discriminación, igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación.
- Condiciones de trabajo dignas.
- Desarrollo de capacidades.
- Promoción del comercio justo.
- Respeto por el medio ambiente

**Cuadro 1.1: Principios del comercio justo**



*Fuente: WFTO LA*

Habiendo aclarado esto y a modo de conclusión, el “Comercio Justo” se basa en las relaciones comerciales de cooperación que surgen de los productores del “Sur” y los importadores y consumidores del “Norte”. Adicionalmente, posee una perspectiva multidimensional que involucra diversos aspectos: económicos, sociales, medioambientales y políticos.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Su propósito es incentivar nuevas formas de producir y consumir de manera igualitaria, justa, inclusiva y solidaria. El enfoque de desarrollo adoptado por dicho movimiento atraviesa todas las escalas: local, provincial, nacional, regional, continental y global. A su vez, comparte la visión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda Mundial 2030.

No obstante, para entender el movimiento del comercio justo, es necesario abordarlo desde una concepción ética. Surgiendo así, el siguiente interrogante: ¿Qué es la ética?

### 9.5. Ética

Desde el punto de vista etimológico, la palabra “ética” proviene del griego “*ethos*”, que despliega diversos significados: “lugar en el que habita”, “costumbre”, “modo de ser”, “carácter”, entre otros. Es prudente hacer una distinción entre “ética” y “moral” ya que a pesar de que su origen etimológico representa lo mismo (costumbre), son diferentes.

La “moral” es la que determina los límites, el comportamiento y las actitudes de una persona. Su base se encuentra en el conjunto de normas y valores que guían el comportamiento de una sociedad.

Por otro lado, la “ética” está orientada al estudio de la moral, es decir, de los actos humanos que persiguen un fin: el bien y la felicidad. En su obra *Ética a Nicómaco*, Aristóteles (s.f) afirma:

*Toda noticia y toda elección a bien alguno se dirige, qué es aquello a lo cual se endereza la ciencia de república y cuál es el último bien de todos nuestros hechos. En cuanto al nombre, cierto casi todos lo confiesan, porque así el vulgo, como los más principales, dicen ser la felicidad el sumo bien, y el vivir bien y el obrar bien juzgan ser lo mismo que el vivir prósperamente; pero en cuanto al entender qué cosa es la felicidad, hay diversos pareceres, y el vulgo y los sabios no lo determinan de una misma manera (p.22).*

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Mediante este fragmento, el filósofo transmite que la ética no puede ser considerada como una ciencia, sino como una “reflexión” que se pone en práctica en nuestros actos, en nuestra búsqueda de la libertad y la verdadera felicidad. Sin embargo, se llega a dicha felicidad si el hombre actúa conforme a lo que propiamente es. En este sentido, el problema se haya en que la felicidad no significa lo mismo para todos: algunos la encuentran en los bienes tangibles, como el dinero, en vez de en la esencia propia del hombre.

Por otro lado, cada contexto sociohistórico contiene su propia interpretación de la “ética”. Dentro del paradigma contemporáneo, se reivindica el pensamiento aristotélico: la ética es “el arte del buen vivir”, y que nosotros elegimos libremente como hacerlo.

Entonces, en el paradigma actual, Bernardo Kliskberg, padre de la Gerencia social, economista, sociólogo, contador público, plantea la discusión de una “ética para el desarrollo” en los países del Sur, a través de la Iniciativa Latinoamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo.

Adoptando lo dicho con anterioridad, de la misma forma que pensaba Aristóteles de la interpretación de la ética en cada contexto sociohistórico, Kliskberg critica los modelos de desarrollo implementados en América Latina históricamente para abordar la desvinculación de la ética con la economía, proponiendo la necesidad de plantear un nuevo esquema de desarrollo integrado que contemple uno de los elementos primordiales en toda economía: el capital social. El capital social hace referencia, desde un punto de vista sociológico, a todo aquello que posibilite la cooperación entre dos partes.

No obstante, el modelo debería contemplar, según el economista, cuatro dimensiones: los valores éticos dominantes de una sociedad, su capacidad de asociatividad, el grado de confianza entre sus miembros y la conciencia cívica.

Entonces, ¿cuál sería un modelo económico alternativo que propicie las cuatro dimensiones mencionadas?

## **9.6. Economía del bien común (EBC)**

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Habiendo desarrollado lo anterior y afirmado que nuestro comportamiento y esquemas de desarrollo deberían señalarse hacia una dirección ética basada en valores socio-culturales (confianza, cooperación, justicia, equidad, voluntad) y, de repente, la economía de mercado, nos indica una dirección contraria, incrementada por el egoísmo y la competencia, estamos frente a una desesperante contradicción: ¿Debemos ser solidarios, cooperativos y estar constantemente pendientes del bien común? o ¿debemos tener siempre en cuenta primero nuestro propio beneficio y visualizar al otro como un competidor o un rival?

Lo incomprensible de este antagonismo es que el individuo prefiere la guía que marca el sistema capitalista. La confirma, y con ello incentiva valores divergentes a la ética y la acción conjunta.

Es por ello que propondré la economía del bien común para poder superar esta contradicción.

La economía del bien común es un concepto que creo el filósofo románico, profesor de ciencias políticas, sociología y psicología, Christian Felber, como un modelo alternativo al capitalismo y a la economía planificada, basado en valores universales reconocidos, como la dignidad humana, la igualdad, la justicia, la solidaridad, la democracia, la cooperación, la transparencia, la sostenibilidad en materia ecológica, etc.

Este modelo alternativo de gestión económica no significa que las empresas no deban perseguir beneficios marginales, sino que se postule la racionalización de un capitalismo consciente en su modo de obrar. Esto significa, que la obtención de la rentabilidad financiera no es el propósito central en sí, sino el medio para conseguir el verdadero propósito de las organizaciones: maximizar el bienestar de la sociedad a través de una Responsabilidad Social Empresarial exitosa. Consecuentemente, se pasaría de un sistema actual que genera disparidades, es decir, una relación “win-lose” (ganar- perder) a uno equitativo en el que la relación se invierta y pase a ser “win- win” (ganar-ganar).

En una visión contraria, el economista Adam Smith esperaba que una “*mano invisible*” condujera el egoísmo individual hacia el bienestar del mayor número de personas posible. ¿Y a qué hacía referencia la terminología de “*mano invisible*”?

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

En su *Teoría de los sentimientos morales* (1759), Smith postula que el egoísmo psicológico no constituye las bases del comportamiento humano, sino que las mismas se encuentran en el proceso de simpatía (o empatía), a través del cual un sujeto posee la capacidad de ponerse en el lugar de otro, aun cuando no sea él beneficiado.

Lo anterior, junto a un egoísmo racional, llevaría indirectamente al bienestar general de las sociedades a través del proceso de una mano invisible. Dicho proceso se ve expresado a través de la competencia y de otros mecanismos que serían capaces por sí mismos de asignar con eficiencia y equidad los recursos y la distribución de la renta.

Es en ese contexto que Smith introduce “*la mano invisible*”. Los hombres no solo pero principalmente los “de propiedad”:

*(...) a pesar de su egoísmo y rapacidad natural, a pesar de que solo buscan su propia conveniencia... comparten con los pobres el producto de sus mejoras. Son llevados por una mano invisible a hacer casi la misma distribución de las necesidades de la vida que se habría hecho si la tierra hubiese sido dividida en porciones iguales entre todos sus habitantes y así, sin intentarlo, sin saberlo, avanzan el interés de la sociedad (Smith, p.350).*

Ahora bien ¿por qué la sociedad tiene que adaptarse a un sistema meramente competitivo o individualista? ¿Qué otro sistema que no esté basado en la competencia (en la connotación negativa de la palabra vista como “amenaza” en vez de “oportunidad”) es responsable de que las empresas no sean capaces de incrementar su egoísmo en exceso?

Al respecto, Felber expone que la economía del bien común no prohíbe que las empresas privadas disfruten de sus beneficios. La diferencia radica en que se debe redefinir el éxito empresarial: el beneficio financiero no más que un medio para lograr la meta, es decir, el bienestar social.

La sociedad actual está inmersa en una crisis de valores y, es por ello por lo que Felber propone, por medio de la economía del bien común, aplicar los valores naturales de las relaciones humanas (dignidad, empatía, confianza, honestidad, sostenibilidad, justicia, cooperación, solidaridad) a la economía.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

Por último, Felber señala que se debería medir la utilidad social y no el valor de cambio. De esta forma se incluiría nuevamente a la economía dentro de los sistemas de valores sociales. Es decir, los sistemas económicos actuales miden como medio el valor de cambio y no la meta como utilidad social.

A continuación, se expondrá, a modo de ejemplificación, la matriz del bien común expuesto por el padre de la economía del bien común, Christian Felber:

**Cuadro 2: Matriz del bien común 5.0**

VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
GRUPO DE INTERÉS				
<b>A: PROVEEDORES</b>	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
<b>B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS</b>	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
<b>C: PERSONAS EMPLEADAS</b>	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Características de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	C4 Transparencia y participación democrática interna
<b>D: CLIENTES Y OTRAS ORGANIZACIONES</b>	D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
<b>E: ENTORNO SOCIAL</b>	E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

*Fuente: economiadelbiencomun.org.*

El modelo impulsa el indicador del Producto del Bien Común para superar las limitaciones que presentan en la actualidad los indicadores macroeconómicos, como, por ejemplo, el PBI (Producto Bruto Interno). Entonces, mediante este balance del bien común, las empresas informarían de forma transparente y confiable las causas y las consecuencias del beneficio económico.

A su vez, lo relevante de dicho balance, es que las empresas cumplan con ocho criterios para rendir cuentas a la sociedad: compromiso, totalidad, capacidad de

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

medición, comparabilidad, claridad, que sea de carácter público, auditoría externa, consecuencias jurídicas.

Es decir, lo que se busca con el mismo es interaccionar los valores cotidianos de las relaciones humanas con los actores económicos y grupos de interés (stakeholders). De este modo, lo que se busca es convertir los valores de la sociedad en valores para la economía.

## CAPITULO II

En el presente capítulo intentará responder al siguiente interrogante: si hay una noción de bien común, ¿Por qué las formas de producción que no contribuyen al mismo?

### 1. Dilemas éticos en el Comercio Internacional

En la actualidad, existen dilemas éticos predominantes en los Negocios Internacionales cuya raíz emerge no solo de las diferencias entre los sistemas políticos, legales y económicos sino también culturales y sociales.

Pero la economía no debería ser ajena a las problemáticas sociales predominantes en la sociedad del conocimiento. Por definición, la economía es una ciencia social que nace para dar respuesta a partir de la inquietud de los filósofos europeos de cómo una persona buscando satisfacer su propio bienestar podría contribuir al bienestar de toda la sociedad.

Esta inquietud posibilitó a los filósofos europeos la conceptualización de las bases de la ciencia económica que permitieron desarrollar la noción de libre mercado y los efectos a nivel social.

También, podemos situarnos contextualmente en el año 1776 ante la publicación de la Riqueza de las Naciones de Adam Smith, ejemplificando como una persona puede estar bien con la otra, poniendo foco en la división internacional del trabajo, en la prosperidad social y en el deseo de la sociedad de intercambiar bienes y servicios.

Su explicación gira en torno al concepto de “*ventajas absolutas*”. Dicho concepto hace alusión a las diferencias en los costos entre los diferentes países en la producción de un mismo bien, sosteniendo que el comercio libre, sin obstáculos al mismo, es beneficioso para las naciones. De acuerdo con el autor, un país lograría tener ventajas absolutas sobre otro en materia de producción de este bien si pudiese fabricarlo a menores costos, independientemente que las ventajas se derivasen por factores naturales o estáticos. Por ejemplo: el clima, la geografía, una mejor dotación de recursos.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

A su vez, puede ser que haya sido la resultante de acciones implementadas de manera consciente o de los esfuerzos realizados a través del tiempo por los agentes económicos para mejorar sus conocimientos, capacidades y habilidades, es decir, ventajas adquiridas o ventajas dinámicas.

En consecuencia, conceptualizó este movimiento denominándolo “*mano invisible del mercado*” (explicado con anterioridad). El mismo generaba la cooperación y aumentaba la productividad y la distribución para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Pero ¿por qué la idea del economista Adam Smith no prosperó habiendo sido este uno de los representantes de la corriente capitalista y habiendo aclarado la correcta distribución de la riqueza entre las naciones?

A pesar de que el economista expusiera que los países que contaran con ventajas comparativas ya sean dinámicas o estáticas, dicho enfoque no contemplaba la posibilidad de que un país contara con ventajas absolutas en todos los bienes que producía. Sino que cada país, produciría un bien determinado solo cuando se dieran las condiciones de poder realizarlo a un menor costo que el país extranjero. Es por eso que se adopta la división internacional del trabajo.

Los excedentes de la producción por encima de la demanda interna que no eran consumidos podían ser intercambiados a otros países por otros bienes de los cuales los productores eran más eficientes. Es decir, la diferencia resultante de las ventajas absolutas entre países, serían la causa del comercio y explicarían su estructura.

Posteriormente, David Ricardo, aportó un enfoque que apuntaba a demostrar bajo la premisa del beneficio mutuo, que el comercio internacional sin obstaculizaciones beneficia a todas las partes participantes del mismo. Éste plantea que en las ventajas relativas o comparativas se explican las causas del comercio internacional. Estas ventajas no emergen de la comparación de la estructura mínima de costos de producción de un bien determinado sino de las diferencias existentes de los costos relativos de bienes diferentes al interior de la frontera de un país y de los bienes de iguales características en otro país.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

En síntesis, Ricardo plantea que aun en el caso de contar con ventajas absolutas en todos los bienes que produce un país, sería conveniente especializarse en la producción de un bien en la que los países son más eficientes. De este modo, se produciría el intercambio comercial adoptando bienes en los que se especialicen con mayor eficacia cada país, produciéndose la participación y el beneficio mutuo para ambas partes.

Pero en la praxis comercial, esto no sucede. Es por ello, que se generan las desigualdades sociales, económicas, medioambientales, políticas, culturales y sociales. Entonces es pertinente interrogarse: ¿es el proceso globalizador en el que estamos inmersos actualmente inclusivo o exclusivo? Si la economía es una ciencia social, ¿Por qué en su escala de medición de la producción sólo se habla de indicadores macroeconómicos netamente matemáticos y no de indicadores que tengan presente los valores éticos y culturales que propicien el fundamento por los cuales fueron creados?

Primeramente, es necesario definir las causantes que generan estos interrogantes planteados. Los mismos pueden reposar en la explicación del “*deterioro de los términos de intercambio*” planteada por Raúl Prebisch. Convencionalmente, la terminología hace referencia a que, de mantenerse establemente los volúmenes exportados de un país, su capacidad de importar bienes y servicios disminuiría durante el transcurso del tiempo.

Mediante un análisis detallado empíricamente por Prebisch, descubrió que los términos de intercambio de los países que se especializaban en la producción de materias primas que comerciaban con Inglaterra, había disminuido de manera gradual desde el año 1870, en tanto los términos de intercambio de dicho país, se había incrementado notoriamente.

Es por ello que, Prebisch postula que, en el comercio internacional, los países avanzados son los únicos que perciben beneficios debido a que el deterioro de los términos de intercambio genera una relación de poder y dependencia, consecuencia primordial de la desigualdad, la disparidad de la distribución de la riqueza y, por ende, del subdesarrollo.

No obstante, Prebisch explicaba las causantes a la tendencia de los deterioros de términos de intercambio de los países productores de bienes de carácter primario. La explicación estaba asociada primordialmente al progreso tecnológico y las condiciones

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

socioeconómicas existentes tanto en los países del “centro” o desarrollados y los países de la “periferia” o en desarrollo.

En primera instancia, se explica que el progreso técnico sustituye los productos de carácter primario por productos de mayor valor agregado o industrializados, lo que ocasiona que no sólo se simplifique el proceso, sino que disminuya la demanda de las materias primas y, como consecuencia, el precio de estos.

En segundo lugar, la dotación de recursos tecnológicos hace que el producto final requiera menor cantidad de materia prima. Por otro lado, la elasticidad ingreso de la demanda por alimentos que la unidad en los países de mayor desarrollo, de manera tal que el crecimiento del ingreso es proporcionalmente menor al crecimiento de la demanda de ese país.

A su vez, la explicación radica en que los países avanzados han implementado una política comercial de carácter proteccionista sobre los bienes primarios producidos en las naciones de la periferia, siendo la tasa de crecimiento de la productividad de los productos manufacturados elaborados por los países del “centro” mayor a la tasa de los países de la “periferia”. No obstante, esto debería ocasionar una caída en el precio de dichos productos con mayor valor agregado pero debido a la estructura que adoptan los mismos, con corporaciones multinacionales o los lobbies predominantes, presión sindical alta, políticas que fomenten la competencia desleal, y una estructura oligopólica o monopólica en algunos sectores de la economía de dichos países, hace que esto no se produzca.

Sintetizando lo dicho con anterioridad, la conclusión a la que arriba la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es que es necesario promover un nuevo modelo de desarrollo para el continente en el que la industrialización adopte un rol importante.

Pero, por otro lado, Felber postula que es necesario proponer un modelo económico que se sustente y que sea capaz de integrar ambos polos de la economía (Norte-Sur) con los valores éticos indispensables para generar el bien común social y, así, reducir la brecha de desigualdad y las condiciones de inferioridad preexistentes.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Habiendo dicho esto, es pertinente interrogarse, ¿por qué no vincular el concepto de desarrollo sostenible como propósito ético de los modelos económicos de las economías latinoamericanas?

## **2. Ética, economía y desarrollo sostenible: la relación excluyente**

Históricamente, en América Latina, los modelos de desarrollo se han basado en el pleno aprovechamiento de los recursos naturales para fomentar el mismo. Para ese entonces, las estrategias económicas imperantes no contemplaban la esfera medioambiental. En sí mismo, el ambiente no era concebido como parte del contexto de la vida social, sino que se lo consideraba como mero proveedor de los recursos naturales.

En los últimos años, esta concepción ha prevalecido bajo el amparo de diferentes gobiernos, instituciones y organismos internacionales, poniendo énfasis en las actividades primarias. Consecuentemente, se produjo un auge en dicho sector primario, pero con escaso procesamiento de los recursos. Como, por ejemplo: la minería o la industria de los hidrocarburos.

A pesar de reportarse periodos de crecimiento económico acompañado de incrementos en la balanza comercial en el sector de exportación, los daños colaterales a nivel social y medioambiental se vieron reflejados económicamente en los países latinoamericanos. Son modelos de lo expresado con anterioridad la crisis de la deuda externa, el “efecto tequila” en México, el “corralito” en Argentina, entre otros.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su informe “*Panorama Social de América Latina*” (2017) se reportaron, 175 millones de pobres en la región, empeorando las condiciones de inequidad en la distribución del ingreso, aumentando la tasa de desempleo al 8,4% según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que afecta a más de 26 millones de personas.

A su vez, consecuencias relacionadas a la pérdida de la biodiversidad, deforestación (del año 1990 a 2015 disminuyó 4,8%, alcanzando el 46,3% de la superficie cubierta por bosque), contaminación de los mares, desertificación, calentamiento global, han dado cuenta que la sociedad ambiental está cada vez más en riesgo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

También, la situación con respecto a reducir la hambruna se aleja del Objetivo Número 2 del Desarrollo Sostenible. Según el informe del “*panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*” de la FAO (2017), el número de personas subalimentadas aumentó, alcanzando 39,3 millones de personas. Asimismo, la obesidad está presente, mayormente en las mujeres.

Los problemas relacionados a la malnutrición de la región se asocian a los cambios que se han implementado en los sistemas alimentarios (cantidad, diversidad y calidad alimenticia recibida) y, a su vez, los nuevos modos de producción y los patrones de alimentación adoptados en la sociedad del consumo. Esta problemática tiene múltiples consecuencias. Por ejemplo, uno de cada cinco niños y niñas menores a cinco años presenta retrasos en el crecimiento, uno de cada cuatro adultos padece de obesidad, cinco millones de niños latinoamericanos están en estado de desnutrición.

Sin embargo, estas consecuencias se ven agravadas en las regiones rurales que pertenecen a estratos socioeconómicos bajos, y, por ende, se encuentran en situaciones de mayor vulnerabilidad social. En consecuencia, se generan daños contraproducentes en la calidad de vida humana.

Si bien, con el transcurso de los años, se ha generado un debate desde que se resintificó el término “desarrollo económico” por “desarrollo sostenible” para dar alusión a un enfoque integral, enfatizando la reconciliación entre el bienestar económico, la sociedad y el medioambiente, siempre ha estado sometido a las políticas de los organismos internacionales, demandas económicas, políticas e indicadores socioeconómicos que reflejan solo el desarrollo económico.

Es por ello, que el debate de concebir a la naturaleza en función de las necesidades humanas y la contraposición de “Cuidar la tierra” cuya premisa es el principio de unidad en la diversidad donde cada ser humano como parte es a su vez componente de un todo, otorgó un rol protagónico a los valores éticos.

Los problemas mencionados con anterioridad, tales como la desigualdad, se circunscriben en la economía convencional a cuestiones relacionadas a la oferta y la demanda. Si bien el desarrollo de un país puede ser considerado como una meta económica, también debería ser considerado en términos de “*racionalidad ética*”. Es decir, la racionalidad ética propone establecer prioridades en función de ciertos

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

valores, como, por ejemplo, qué es lo justo y lo injusto, qué es lo bueno y lo malo, qué es lo correcto y lo incorrecto.

Citando a Goulet (1965) en su obra *“Ética del desarrollo”*: *“El desarrollo es un concepto total que apunta al progreso hacia una economía humana caracterizada por la progresión de todos los hombres en todas sus dimensiones”*.

Analizando la cita referenciada, se puede observar que no es cuestión de contraponer la economía con la ética sino de complementarla para poder conducir a un progreso de desarrollo para mejorar el bienestar individual y social y, a su vez, como práctica de la libertad.

En síntesis, a modo de reflexión nos interrogaremos: ¿Está cualquier enfoque ético a la altura de la tarea de integrar las esferas del diagnóstico y de las políticas del desarrollo con los ámbitos valorativos?

Siempre ha sido conveniente plantearse lo que debería hacerse antes que solucionarlo, pero, evidentemente, no se puede servir en el presente a un abordaje ético de carácter deductivo y abstracto. El desarrollo no es una cuestión de ciencia sino de reflexión. Como tal se ocupa de problemáticas y acciones llevadas a cabo en un panorama incierto y no adoptando la lógica de los patrones de diseño.

Es por ello, que se debería implementar la unidad en materia de desarrollo debido a que sólo desde un todo se puede enfrentar la dicotomía de los actos. Entonces, adoptar una ética de desarrollo que sea “etnocéntrica” y reduccionista no sería la solución. Entendiendo por etnocentrismo a un sistema ideológico a través del cual el individuo analiza el mundo de acuerdo a los propios parámetros y estándares de su realidad individual.

Asimismo, la ética del desarrollo debe prestarles atención a los problemas económicos y políticos, pero atendiendo que no son los únicos. Es decir, la ética del desarrollo debe ser el “medio de los medios”.

Proponiendo la terminología “medio de los medios” nos lleva a interrogarnos ¿cuál es el fin de todos los fines?

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Para Goulet, la ética surge de la combinación entre la reflexión crítica y la acción reflexiva sobre el contenido de valor y las implicaciones de la acción social. La ética es entendida por el mismo como aquellas condiciones sin las que los hombres no pueden ejercer la toma de decisiones genuina de fines y de medios (no hay un medio, pero si hay un fin). Si proponemos una ética del desarrollo caemos en ese fin: que, siguiendo la visión aristotélica, es lograr la felicidad global.

Para ello, se deben desarrollar estrategias alternativas de desarrollo, por medio de programas o proyectos, para que los mismos tengan impactos variados sobre las poblaciones víctimas de la pobreza, de los privilegios de clase, de la explotación económica o de la dominación política. Por esta razón, una ética de la justicia social y de la equidad necesita poner en uso instrumentos concretos en apoyo de la lucha conducida por las clases sociales que se encuentran en el peldaño más bajo de la escala social.

Habiendo dicho esto, la tarea esencial de la ética del desarrollo es hacer que las decisiones y acciones del desarrollo sean humanizadas. En otras palabras, es asegurar que las problemáticas que surgieron de los modelos históricos y actuales del desarrollo no generen el anti- desarrollo. La ética del desarrollo, como disciplina, es la interrelación que vincula las problemáticas actuales y el diagnóstico de las mismas con las implicaciones económicas y políticas por medio del estudio de los costos valorativos empleados en cada curso de acción.

### CAPITULO III

En el presente capítulo se propondrá el eje de debate de la temática seleccionada a partir de la modalidad de discusión teórica entre diversos autores.

#### **1. El impacto de la ética al desarrollo sostenible**

##### **1.1 Resignificación del bien común**

La relación entre ética y economía ha sido considerada innecesaria durante mucho tiempo. No obstante, es preciso superar los dilemas éticos que se han generado a través de las diversas concepciones de desarrollo producidas a lo largo de la historia que han llevado a las dicotomías entre el progreso y las problemáticas actuales.

Por ende, dicha relación se torna indispensable. Hablar de un sistema económico que no contemple las implicaciones éticas del desarrollo y el impacto producido por el mismo, negaría la posibilidad de reflexionar sobre el sistema económico y financiero actual.

En el intento de construcción de un nuevo orden, se debe asegurar el desarrollo sostenible, equilibrado que considere a las personas como sujetos protagonistas, garantizando, la vida digna, la igualdad y la justicia. Para lograr dichas condiciones en donde se preserve el bienestar común, se deben crear normas o acuerdos basados en principios comunes, sin dejar de lado la heterogeneidad. Es decir, una red de valores.

Para ello, se propondrá un debate sobre la ética para el desarrollo en el continente latinoamericano. En primera instancia, Bernardo Kliskberg, economista, profesor y sociólogo, hace referencia a la presencia o ausencia de la ética en el desarrollo de las naciones. Por ejemplo, cuando se refiere a países con un alto grado de desarrollo, que presentan niveles de equidad a nivel social y en la distribución del ingreso, condiciones de acceso universal a la educación y salud, plantea un denominador común en dichas naciones: una cultura basada en valores establecidos desde el seno familiar y comunitario.

El autor plantea que la relación entre cultura y capital social es un elemento imprescindible para fomentar en el desarrollo en condiciones que favorezcan el mismo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Por tal motivo, en las políticas sociales y públicas se deberían incluir objetivos y metas orientados a la inclusión, integración social no solo entre los miembros, sino articulando a todos los niveles de una nación (local, provincial, nacional), propiciando formas de organización basadas en la cooperación y métodos de producción sostenible, generando lugares y encuentros de participación, logrando la inclusión de los sectores marginados y rurales, brindando acceso a la tecnología y a créditos para poder satisfacer las demandas sociales de una economía en decadencia.

*“Una economía orientada por la ética no aparece como un simple sueño, sino como una exigencia histórica para lograr que la paradoja de la pobreza en medio de la riqueza pueda realmente superarse y construir un desarrollo pujante, sustentable y equitativo”.* (Kliksberg, 2005, p.223)

Adentrándose en el análisis, “la exigencia histórica” del desarrollo ha llevado no solo al desplazamiento de grandes capitales a través del mundo, los avances tecnológicos y a la intercomunicación global sino también, ha generado el enfrentamiento producción/humanización (hombres vs. máquinas), carencia de independencia económica, ausencia de alternativas como propósito liberalizador y la desigualdad de oportunidades que lleven a la equidad social; despojando al hombre de su objeto primario: la capacidad de autorrealizarse, su vínculo con la sociedad y el deterioro de los derechos esenciales (agua potable, vivienda, salud, trabajo, educación).

Es por ello que el desarrollo sustentable demanda el compromiso de los diferentes actores sociales en todas las esferas de orden existente, cuya interacción y resultado determinen el nivel de calidad de vida al largo plazo de la sociedad. Pero, para poder reinstaurar la dinámica del hombre dentro del sistema económico predominante, es pertinente repensar y resinificar el concepto de bien común.

Pero, ¿Que es el bien común? La etimología de la palabra proviene del latín (*bonum commune*), refiriéndose al bien (estar) de todos los miembros pertenecientes a una comunidad y, también al interés social y público. En otras palabras, puede definirse como el fin general para el cual las personas se unen en una comunidad.

Entonces, desde este punto de vista, se puede entender el bien común como la suma de las condiciones de la vida social que permiten que los individuos libremente den

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

forma a sus vidas. El propósito del estado (entendido como la sociedad políticamente organizada) sería proveer a los individuos de los medios para que puedan llevar a cabo dichas acciones.

John Rawls, un filósofo estadounidense, profesor de filosofía política en la Universidad Harvard y autor de *Teoría de la justicia* (2006), introduce una distinción entre "lo bueno", que es crear un mundo material mejor y "lo justo", que crea las condiciones para una sociedad libre y justa. Así, el bien común sería el bien que es común a cada ciudadano, el bien de cada uno de los ciudadanos, más que una concepción definida o concreta de lo que constituye el bien para todos y cada uno.

En las palabras de Simón Bolívar (2015): *Son derechos del hombre: la libertad, la seguridad, la prosperidad y la igualdad. La felicidad general, que es el objeto de la sociedad, consiste en el perfecto goce de estos derechos*” y *“El sistema de gobierno más perfecto es aquél que produce mayor suma de felicidad posible, mayor suma de seguridad social y mayor suma de estabilidad política (s.n).*

Por otro lado, Aristóteles, filósofo, polímata y científico, lleva a preguntarse: ¿Que es el fin de todos los fines? ¿Qué es el “bien común”?

En la antigüedad, se podría decir que Aristóteles proponía el bien común como una noción de retroalimentación, o más bien circular, que se utilizaba para expresar el bienestar que requieren las personas cuando forman parte del conjunto de una sociedad y el bienestar de la comunidad cuando las personas forman parte de la misma. De este modo, el fin que se le asigna a la comunidad refleja su condición moral, constituida por la virtud.

Aristóteles analiza la ética como una relación entre el bien común de los ciudadanos y la felicidad que estos últimos pueden alcanzar mediante la práctica de la virtud, el mayor bien posible, la reflexión y una actitud moderada frente a la vida.

La virtud es un término que hace referencia a todo lo que se desarrolla de forma de equilibrio y positiva para el ser humano según su naturaleza. Es por ello, que el fin de la comunidad no debería ser diverso al fin del ser humano. La ética como arte y reflexión del buen vivir hacen coincidir a la virtud del hombre bueno y la del buen ciudadano.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

Carolina María Roldán (2010), dice: *"Para Aristóteles, la felicidad es el fin último y perfecto del hombre ya que bastándose a sí misma, no necesita de nada más, esta sería entonces equivalente a la completud, después de ella nada más se habría de anhelar. Para alcanzar la felicidad hay que recorrer el camino de la virtud que consiste en que cada ente realice de una manera perfecta la función que le corresponde cumplir"*. (p. 1)

En palabras del autor Amartya Sen:

*El análisis moral no puede concebir a las personas en una forma tan limitada que ignore la importancia intrínseca de su carácter de agentes. Es necesario reconocer esa faceta de agente porque las personas además de buscar su bienestar son seres responsables. Ignorar este aspecto es desconocer que los individuos son 'agentes racionales en construcción' con capacidad para respetar términos de cooperación equitativos y decidir, revisar y perseguir racionalmente una concepción del bien. En suma, el hecho de ser agentes es tan crucial en su vida que no puede ignorarse en el cálculo moral* (Hernández, 1998, p. 149).

Analizando lo dicho con anterioridad, Sen, adicionalmente, propone no solo la búsqueda del bienestar, sino el rol de las personas en la sociedad como agentes de transformación social que conlleva una responsabilidad.

En contraposición, las teorías utilitaristas de bienestar proponen como elemento esencial la satisfacción de las necesidades o el placer y que afirman que el bienestar individual contribuye al bienestar social.

Pero ¿Qué propuso John Stuart Mill, en su teoría del utilitarismo?

Primeramente, John Stuart Mill fue un filósofo, político y economista inglés de origen escocés, representante de la escuela económica clásica y teórico del utilitarismo. Sostuvo el criterio utilitarista de buscar el máximo bienestar del mayor número de individuos, la felicidad general (*General Happiness*) como principio y fin de la moralidad, apelando al sentido común de los seres humanos para ser tenido como guía de la acción. Esta doctrina ética sostiene que la felicidad de los individuos depende de la de los demás. En la medida que se logre la felicidad individual, se logra

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

la del conjunto en que el individuo esta socialmente inmerso. Buscar lo útil consiste en ser práctico, valorar las cosas de manera distinta según el uso que se haga de ellas.

El utilitarismo obliga a repetir constantemente los juicios éticos, que relativos a las prácticas o conductas que se desarrollen con ellas. Entonces, la mayoría de las veces, se calificarán los actos en base a conductas adoptadas: las buenas si resultan beneficiosas y las malas si resultan ser perjudiciales. Es decir, implementan una consideración ética y pragmática en la que el juicio ético está relacionado a las acciones y, de este modo, analizar la conducta bajo el criterio de eficacia social.

En contraposición, el criterio que adopta el economista italiano Wilfredo Pareto (creador del “óptimo de Pareto”), al definir toda situación en la que no sea posible beneficiar a una persona sin perjudicar a otra. Es decir, el óptimo radicaría en que, si crece la utilidad de un individuo sin que disminuya la del otro, se produce un incremento en el bienestar social de los mismos.

Pero para ello se necesitan varios requisitos para alcanzar dicha economía del bienestar. En primer lugar, eficiencia en la distribución de los bienes entre los consumidores. En segundo lugar, eficiencia en la asignación de factores de las empresas; y, en último lugar, eficiencia en la asignación de los factores entre los productos.

Pero dicho criterio plantea una problemática entre los términos “eficiencia” y “equidad”, ya que, si bien se concentra en los problemas a nivel individual, no soluciona el óptimo social, caracterizado no solo por la asignación de los recursos sino, también, por la distribución de estos.

Es así como Amartya Sen hace una crítica exhaustiva al utilitarismo convencional de Pareto. Si bien hay situaciones que son eficientes en términos económicos, no son todas igualmente deseables por la sociedad. A su vez, Sen expresa que el término “bienestar” debe ser utilizado en una concepción más amplia y relacionarse con las capacidades, las oportunidades, las ventajas y elementos que sean de carácter no cuantificable que hagan referencia a la calidad de vida de las personas.

En línea con el pensamiento de Sen, Felber critica los patrones de medición cuantificables. Pero sugiere que puede haber un nexo entre el beneficio y el bien común

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

midiendo, al último como meta y no como medio. Por ejemplo, expresa que el PBI (Producto Bruto Interno), si bien es un indicador utilizado a nivel global, ha presentado algunas deficiencias. Pese al crecimiento económico que refleja el mismo, no se ha podido demostrar la relación de proporcionalidad directa de que dicho incremento corresponda al mejoramiento de las condiciones de la calidad de vida de las personas.

*¿Acaso indica algo fiable el ya asentado PIB acerca de:*

- *Si un país está en guerra o en paz;*
- *Si se trata de una dictadura o una democracia;*
- *Si el consumo de recursos medioambientales crece, se reduce, o se estanca;*
- *Si el reparto es justo o si por el contrario una parte nada en la abundancia y el resto padece hambre;*
- *Si las personas están estresadas o disfrutan de suficiente tiempo libre;*
- *Si las mujeres disfrutan de igualdad o son discriminadas; o*
- *Si lo que crece en esa sociedad es la confianza o el miedo.*

*Da igual la utilidad social por la que preguntemos. Un PBI en ascenso no nos va a decir nada fiable acerca del desarrollo de ninguna de ellas. No existe ninguna correlación fiable entre un PBI que crece y el aumento de una sola de esas utilidades. (Felber, 2014, p. 49)*

En definitiva, esto sugiere pensar en un sentido más abarcativo que el concepto tradicional de bienestar (como propósito de la ética) y, al ser repensado, asociarlo con múltiples dimensiones del bienestar y la satisfacción humana. Esto permitiría poder reflexionar acerca del aporte que puede hacer la economía como ciencia social para contribuir a una visión alternativa a la convencional de la idea de bienestar y poder trascender en los esquemas de desarrollo social.

Es por ello, que, si bien los países de la región han intentado pensar nuevos esquemas orientados al desarrollo repensando la economía y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible bajo declaraciones de carácter internacional, los valores que se imponen en las mismas no representan obligaciones que generen vínculos para generar una responsabilidad sostenible e imponerse sobre las posturas convencionales.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

La transición ética debería implicar un enfoque sistémico y el desplazamiento de valores arraigados en una sociedad de libre mercado en su afán globalizado sin pensar en un futuro de desarrollo según los propios intereses de los países del Norte y los organismos internacionales que responden a los intereses de los mismos.

Por ejemplo, Jacques Rousseau (2017), filósofo suizo y creador del pacto social, establece una posibilidad para reconciliar la naturaleza y la cultura en la que el hombre pueda vivir en libertad en una sociedad igualitaria. Para ello, propone encontrar una forma de asociación que defienda las fuerzas de las personas y los bienes de las mismas, uniéndose a los demás para permanecer en libertad.

La solución radicaría, según el filósofo, en un pacto social basado en la enajenación de todas las voluntades, de forma de que cada persona recupere la contribución a su comunidad. En otras palabras, no hay individuo que quede desligado del derecho que ha cedido.

El contrato, a su vez, debe surgir de la expresión de la voluntad de la mayoría para contrarrestar las voluntades de las partes y el interés privado. De esta forma, se preserva el interés social de la comunidad de manera equitativa y justa; y, emerge la única autoridad legítima: el estado.

Entonces, el nuevo contrato social, para contribuir al desarrollo, debería incluir líneas de acción basadas en agentes de construcción para la transformación sostenible de la realidad latinoamericana.

Por tal motivo, Kliksberg, en su obra “*Ética para el desarrollo*” afirma que el éxito radica en el capital social de una nación que abarca cuatro dimensiones: los valores éticos imperantes en una sociedad, asociatividad entre los mismos, grado de confianza entre los miembros y la conciencia cívica. Y, a su vez, refiriéndose a América Latina, hace una crítica a los modelos de desarrollo dominantes históricamente que han agravado la brecha entre ética y economía. Por lo cual, hace una mención a la necesidad de plantear un modelo de desarrollo alternativo que integre los cuatro componentes mencionados anteriormente.

Como conclusión, a modo de reflexión: ¿es el comercio un medio para resolver los problemas de desarrollo acarreados en Latinoamérica? ¿Cuál sería un modelo

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

alternativo que contemple la reconciliación entre ética y economía para fomentar el desarrollo sostenible de los pueblos latinoamericanos?

## **2. Comercio Justo: un abordaje ético**

### **2.1 Del consumismo al consumo responsable**

La era del triunfo del capitalismo se ha puesto en cuestionamiento: los mercados se han alejado de la moral. Es por ello, que se torna imprescindible repensar el papel de los mercados en la sociedad latinoamericana para poder contribuir a un verdadero desarrollo sostenible.

La modalidad de comercio justo, en la actualidad, nuclea actualmente más de 1.2 millones de productores que venden sus productos con los sellos Fairtrade. Es decir, que más de 74 países se benefician con el sello de comercialización de dichos productos.

Por otro lado, la particularidad de dicho esquema se centra que, en vez de seguir la dinámica del sistema capitalista en donde se deben minimizar los costos para obtener mayores márgenes de ganancias, busca garantizar a los productores de Latinoamérica y el Caribe, un volumen y un precio de compra razonablemente justo para que puedan mejorar sus condiciones de vida y los métodos de producción de los mismos.

Si bien la dinámica es similar a la de los productos ecológicos para identificar a los productos no sólo como orgánicos sino como justos, también busca promover un circuito comercial más equitativo e inclusivo, bajo una serie de principios mencionado con anterioridad: igualdad de género, no incluir costos de intermediación irracionales, promover el uso de materiales biodegradables que contribuyan a mejorar la huella ecológica, entre otros.

En el comercio tradicional, los compradores tratan de maximizar la relación precio-calidad, haciendo que los costos de los productos sean superiores, generándose márgenes de entre un 10% y un 20% por un mismo producto que no garantizan las consecuencias de su acto de compra.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Es decir, que la incorporación de criterios éticos a los actos de decisión de compra ha puesto en manifiesto otras características a tener en cuenta en el proceso de elección de estos.

Al respecto, Phillip Kotler (s.f), es un estadounidense, economista y especialista en mercadeo, titular distinguido, desde 1988, de la cátedra de Marketing Internacional S.C. Johnson & Son en la J.L, es considerado uno de los padres del Marketing, identifica cinco etapas en el proceso de decisión de compra: reconocimiento de las necesidades, búsqueda de información, evaluación de alternativas, decidir la compra, comportamiento post-compra.

En la primera etapa, el consumidor identifica una necesidad insatisfecha y lo compara con su estado deseado. Luego, el consumidor investiga para tener información del producto que cree que va a satisfacer su necesidad. Posteriormente, el mismo evalúa las opciones de los productos haciendo un balance de beneficios para saber cuál sería el adecuado. Después, el consumidor realiza la compra. Esta fase puede estar influenciada por otras personas o factores que contribuyan a la decisión de este. Por último, se desarrollará el comportamiento posterior a la compra dependiendo la satisfacción o la insatisfacción del mismo.

Ante esto, relaciono lo expuesto por Zygmunt Bauman (2007) en su libro “*vida de consumo*” nos permite visualizar a los nuevos sucesos de la realidad contemporánea como ejemplos de una misma situación es la nueva condición humana que entrañan: la del individuo como producto deseable y atractivo puesto en el mercado y promocionado por sí mismo.

Según este autor, ser el promotor del producto y el producto mismo que se promueve se ha convertido en la esencia de la nueva sociedad de consumidores que, a diferencia de la anterior sociedad de productores, recicla a sus miembros bajo la forma de bienes de cambio capaces de atraer clientes y generar demanda. Expone lo siguiente: “*el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad; esta fuerza coordina la reproducción sistémica, la integración y estratificación social y la formación del individuo*”.

Al hacer esta reflexión, Zygmunt Bauman introduce conceptos como “fetichismo de la subjetividad” (entendiendo por “fetichismo” a la devoción hacia los objetos materiales, a los que se ha denominado fetiches) y “tiempo puntillista” (término más bien retomado de Michel Maffesoli, sociólogo francés), es decir, un tiempo que está más marcado por la profusión de rupturas y discontinuidades y que permiten dar cuenta de la condición del sujeto, al mismo tiempo que caracterizar la cultura de la sociedad de consumo. La idea del “fetichismo de la subjetividad” se basa en la idea de la soberanía del consumidor, permaneciendo ocultas las relaciones de compraventa tras la construcción de la subjetividad de los mismos. Es decir, que, a partir del intercambio de identidades, la cultura del consumismo ha invertido los roles: “compro, luego existo”. De esta manera, hace referencia al consumismo como un atributo de la sociedad conformada por individuos cuya capacidad de desear algo ha sido separada o “alienada” de ellos mismos.

A su vez, en contraposición con la teoría utilitarista desarrollada anteriormente, Bauman propone que felicidad no está determinada por la gratificación de los deseos ni por la apropiación y el control que aseguren confort, sino más bien por un aumento permanente en el volumen y la intensidad de estos, es decir, la felicidad no es la que produce placer sino la felicidad es aquella que permita al consumidor la libertad de elección.

Lo que este autor propone es la redefinición del proceso de compra. Es decir, un cambio de paradigma en las formas tradicionales de consumo a las que hace referencia Kotler; proponiendo avanzar hacia el “consumo sostenible”. Dicho concepto es definido y abordado desde el enfoque de desarrollo sostenible planteado por la Comisión del Informe de Brundtland abordado con anterioridad en el marco teórico, es decir, aquel desarrollo que cubre las necesidades presentes sin comprometer a las próximas generaciones para cubrir las mismas.

Entonces, el consumo sostenible, como rasgo ético del comercio justo, hace referencia a la necesidad de consumir de manera diferente, eficiente y más responsable, mediante un conjunto de acciones que tengan por finalidad la búsqueda de posibles soluciones a las problemáticas sociales y medioambientales.

Siguiendo la línea de análisis y la etapa de detección de las necesidades de Kotler, cabe preguntarnos: ¿son necesidades que nos surgen voluntariamente o, por el contrario, son creadas por medio de estrategias psicológicas del marketing?

Podríamos pensar, a partir de este interrogante, si es que hay un límite moral del mercado o es que todo está a la venta.

Michael Sandler (2013), profesor de la cátedra Anne T. y Robert M. Bass de Ciencias Políticas de la Universidad de Harvard, reflexiona al respecto que detrás de un acto de compra, se expresan ciertos valores y actitudes: *“Poner un precio a las cosas buenas de la vida puede corromperlas. Porque los mercados no solo distribuyen bienes, sino que también expresan y promueven ciertas actitudes respecto de las cosas que se intercambian”* (p.17).

Ante esto, Sandler cuestiona lo siguiente: ¿por qué limitar el influjo del mercado? Para dar respuesta, expone dos razones fundamentales. La primera, por la injusticia que el intercambio económico oculta tras una apariencia de neutralidad. La segunda, por la degradación que las transacciones comerciales operan sobre bienes que se corrompen por su presencia.

La injusticia es el primero de los efectos que provoca la intromisión de los mercados: *“no hay razón para pensar que tiene que haber un único principio que determine el reparto de todos los bienes”* (p. 47).

Pero la injusticia consiste también en una desigualdad que la corriente principal en la teoría económica oculta supone que los acuerdos en el mercado son igualitarios. Pero, en la praxis eso no ocurre: el libre mercado adopta decisiones libres si existe la inequidad. Por eso, el poder de negociación de las grandes corporaciones no es igual al de los consumidores ni al de los pequeños productores.

El segundo argumento sobre el que se sostiene la exposición de Sandler se refiere a la degradación de los bienes que son mercantilizados, siendo su premisa que los mercados no son neutros. El autor sostiene que las transacciones comerciales no son dañinas con respecto de los bienes transados y que no todo posee un precio.

Esta idea va en contra de la preexistente entre los economistas. Ellos suponen que los mercados no contaminan los bienes que regulan. Pero, en la praxis esto no sucede,

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

los mercados dejan su impacto plasmándolos en las problemáticas sociales, medioambientales, culturales, políticas y económicas

El problema radica en que cuando se mercantiliza un bien social, se está desplazando otro bien que querríamos conservar (desigualdad de condiciones). Pero, entonces, ¿Qué deberíamos hacer ante un sistema económico que pone precio y mercantiliza los bienes sociales?

Al respecto, Sandler explica que es preciso poner en cuestión el alcance de los mercados en la vida pública que, anteriormente, se encontraban resguardados. A su vez, Sandler acuerda con Baumann en que, en el paradigma de la sociedad de consumo, el consumismo y los mercados dejan su marca y, ocasionalmente, los valores mercantiles desplazan valores no mercantiles que debiesen ser protegidos.

Por tal motivo, el comercio justo brega por proteger los valores que están siendo despojados por el sistema capitalista. A su vez, Sandler (2013) plantea que *“una sociedad de mercado es una manera de vivir en la que los valores mercantiles penetran en cada aspecto de las actividades humanas. Es un lugar en que las relaciones sociales están hechas a la imagen del mercado”* (p.18).

Ante lo dicho con anterioridad, se afirma que el Comercio Justo es una economía alternativa para el mercado, en la cual se valorizan las personas que están detrás de los actos de compra, como así también, las necesidades concretas de los sujetos y no implantándolas.

## **2.2 Responsabilidad Social y Empresarial**

Otro aspecto ético a tener en cuenta es la responsabilidad social y empresarial. La explicación radica que, para hacer agentes de cambio y transformación bajo el movimiento de comercio justo, es necesario que exista la responsabilidad por parte de los actores de este.

Así como afirmaba Kliksberg que uno de los principales componentes éticos para avanzar hacia el desarrollo es el capital social y, una de sus dimensiones, implicaba la conciencia cívica.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

Uno de los instrumentos creados para adoptar la responsabilidad social y empresarial es el denominado sistema de certificación “Fairtrade”. Dicho sistema nace por diversos motivos. Principalmente, por el incremento en el interés de los productos éticos. Pero, en el afán de ampliar el espectro del mercado e introducirlos en los principales puntos de venta, tales como los supermercados, se debieron adoptar formas alternativas de comercialización e importación de los mismos para generar confianza y dar garantía a los consumidores que los productos ofrecidos en dichos puntos, son el resultado de transacciones justas y cumplen con los principios del movimiento.

Ante lo expuesto se plantea lo siguiente: ¿cómo asegurar que efectivamente lo dicho fuese así y no se tratará solamente de incrementar las ventas o de una estrategia de marketing publicitaria?

Es por ello que con la creación del sello Max Havelaar en 1988 y las iniciativas posteriores de certificación, se garantizaba que los consumidores han pagado un “precio justo” al productor primario (han cumplido con los indicadores de costo de producción sostenible y costo de vida sostenible) y que el producto, en su comercialización, ha llegado al mismo casi sin intermediación. Por otro lado, garantiza que los productores del comercio justo que reciben los beneficios del mismos (prima), están organizados de manera horizontal, democrática, participativa y cooperativa; respetando los criterios laborales y medioambientales. A su vez, contribuyendo a los proyectos de desarrollo local.

### Cuadro 3: Criterios para la certificación de pequeños productores

Criterios generales	Requisitos
Desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"><li>• El comercio justo como capacidad de desarrollo</li><li>• Los miembros son pequeños productores</li><li>• Democracia, participación y transparencia</li><li>• Contra la discriminación</li></ul>
Desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prima de comercio justo</li><li>• Capacidad de exportación</li><li>• Fortalecimiento económico de la organización</li></ul>
Desarrollo medioambiental	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evaluación del impacto, planificación y monitoreo</li><li>• Agroquímicos</li><li>• Residuos</li><li>• Suelo y agua</li><li>• Fuego</li><li>• Organismos modificados genéticamente</li></ul>
Criterios generales sobre condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evitar cualquier modalidad de trabajo forzoso e infantil</li><li>• Libertad de asociación y negociación colectiva</li><li>• Condiciones de empleo</li><li>• Salud y Seguridad Laborales</li></ul>

*Fuente: El Comercio Justo y la Responsabilidad, Chávez y Patraca.*

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

Esto ha sido un ejemplo de cómo promover las prácticas éticas y contribuir a la denominada RSE (Responsabilidad Social Empresarial). Pero, dicho concepto ha representado múltiples debates debido al fetichismo que se le ha adjudicado a la misma.

A nivel histórico la Responsabilidad Social Empresarial ha generado diferentes teorías que pueden ser agrupadas, por su relación, a través de los siguientes enfoques: *el primero con un enfoque instrumental, donde la sociedad es un instrumento de riqueza y las consecuencias sociales solo velan por obtener resultados económicos; estas teorías buscan por una parte la maximización de ganancias encaminadas al corto plazo y el segundo grupo impulsa la generación de competencias que aumenten el valor y que vayan de la mano con la causa del marketing; la segunda se basa en una teoría política donde se enfoque en el poder de las empresas en la sociedad dándole un uso responsable; la tercera teoría es de integración donde se centran en la satisfacción de las demandas sociales. Finalmente, la cuarta teoría está basada en los principios éticos, la responsabilidad de las empresas en la sociedad* (Escobar, 2010).

Por ejemplo, Friedman puede ser categorizado en el enfoque instrumental debido a que considera a la responsabilidad social empresarial como un medio para maximizar la riqueza de los accionistas, generando el beneficio apropiado para las organizaciones. Es decir, que, para el autor, una empresa es considerada socialmente responsable cuando es capaz de generar empleos, pagar remuneraciones justas, mantener buenas relaciones laborales y pagar sus obligaciones impositivas.

Por otro lado, para Isabel Portela, superintendente de la Rique Newton Institute de Bahía, se trata de un nuevo elemento cultural en las organizaciones: *“Se trata de la ética, que en nuestra cultura, que significa una nueva forma de hacer negocios, dejando tras si una herencia de ¡Tomar ventaja!”* (Da costa, 2011, p.67).

En el otro extremo, se encuentra postura basada en los principios éticos. Alcántara (2003) señala que la responsabilidad social es fundamentalmente un concepto ético, que está vinculada directamente a la calidad de vida de la sociedad.

Es decir, que el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial se ha ido modificando en los distintos momentos socio-históricos. En especial, con el

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

advenimiento de la globalización, que ha incrementado la competencia entre los mercados y muchas empresas han intentado vincular su imagen corporativa a las prácticas éticas.

Como explica Donaire (1999), *ha ocurrido un gran cambio en el entorno en el que operan las empresas: estas empresas han sido vistas solo como instituciones económicas, con las responsabilidades correspondientes para resolver los problemas fundamentales económicos (qué producir, cómo producir y para quién producir) han sido testigo de nuevos roles que deben desempeñar, como consecuencia de los cambios en el entorno operativo.*

Como consecuencia, el rol del consumidor se ha invertido, teniendo a su alcance la posibilidad de premiar a las organizaciones que cumplen con ciertas garantías sociales, económicas, laborales y medioambientales. Por ejemplo: considerar el impacto ambiental desde el punto de vista del Ciclo de vida del producto (el cual comprende las fases: introducción, crecimiento, madurez y declive), valorando las condiciones de los procesos de producción, el impacto en la huella ecológica de los productos y decidiendo que tipo de sistema comercial propiciar para garantizar la responsabilidad y la sostenibilidad de estas.

Es por ello, que a partir de esta herramienta que ha adoptado una caracterización social, han surgido nuevos comportamientos y movimientos como el Comercio Justo. Pero, ¿cómo podría contribuir la Responsabilidad Social Empresarial a la distribución más equitativa de los beneficios generados por el comercio internacional a través del movimiento del comercio justo?

Para comenzar el análisis del interrogante planteado, introduciré la relación entre teoría de los Stakeholders (o grupos de interés) y planeación estratégica planteada por el filósofo Norteamericano Edward Freeman .

Dicho autor postula que la misión o el propósito de la empresa debe considerar a los stakeholders, que son cualquier grupo o persona que puede afectar o ser afectado por los objetivos de la empresa. Los grupos de interés incluyen a los empleados, cliente, proveedores, entidades bancarias, accionistas, ambientalistas, gobiernos u otros grupos que puedan contribuir o dañar a la organización.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Es decir, la empresa debe ser comprendida desde la pluralidad de los agentes que lo componen directa o indirectamente, creando procesos que generen valor y satisfagan los intereses de la organización.

La teoría de creación de valor en un modelo de stakeholder, implica que todos los grupos de interés que crean y capturan valor de dicha organización, permite ampliar el marco de operaciones de la empresa, generando nuevas habilidades de creación cooperativa de valor. El objetivo es conseguir un equilibrio responsable entre las personas, beneficios, el planeta y la comunidad.

Es por ello que, en este breve análisis, relacionamos el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y Comercio Justo por medio de la teoría de los stakeholders. Es decir, si los actores del comercio justo, en convergencia con los actores empresariales, implementasen de manera eficaz las estrategias relacionadas a un comercio justo, implicando las dimensiones que este conlleva, pondríamos decir, que las economías del sur no se verían excluidas en este contexto globalizado. A partir de una estrategia empresarial que integre, economía, sociedad y ambiente en un ampliar ético, estaríamos frente a un verdadero sistema económico solidario.

Entonces, ¿cómo contribuiría el comercio justo, siendo sistema económico solidario, al logro del Objetivo N°17 de los ODS para fomentar el desarrollo sostenido y sustentable en Latinoamérica y el Caribe?

### **2.3 Comercio justo latinoamericano y ODS n°17**

El modelo de comercio justo se encuentra alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por Naciones Unidas en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible llevada a cabo en el año 2015.

Ambos términos adoptan una perspectiva integral de desarrollo y, por otro lado, de trabajo en red para crear una alianza global entre los distintos actores del sistema para combatir las problemáticas actuales.

En el año 1964, bajo el lema “*¡Comercio, no ayuda!*”, los países industrializados evadían las problemáticas centrales de los países subdesarrollados, tales como, el

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

precio de las materias primas y la apertura de los mercados. Optaban por ofrecer créditos en vez de ayuda para el desarrollo. En el año 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar su pedido por un comercio más justo.

En una lectura más profunda, el lema minimizaba los problemas acarreados por el comercio internacional, tales como los patrones de consumo y producción insostenibles que desvalorizaban la ayuda a los países del tercer mundo.

Entonces, podríamos pensar que el punto de partida es retomar la discusión de plantear al comercio justo como practica social viable para el logro del bienestar humano basado en la relación hombre-contexto, la ética en las prácticas laborales y de la producción.

Para comenzar a abordar lo planteado con anterioridad, examinaremos la relación del movimiento con el objetivo de desarrollo sostenible N° 17: “Alianzas para lograr los objetivos”.

En primera instancia, debemos analizar el significado de la palabra “*alianza*”. Según la Real Academia Española, la palabra puede referir a varios significados. En primer lugar, hace referencia a un “*pacto, convenio o tratado en que se recogen los términos en que se alían dos o más partes*”. En segundo lugar, “*conjunto de naciones, gobiernos o personas que se han aliado*”. Y, por último, “*unión de cosas que recurren a un mismo fin*”.

El denominador común de todas las definiciones es la finalidad de cooperar hacia un mismo fin. Pero, ¿Qué es la cooperación? La cooperación es un acto conjunto que se realiza en pos de un objetivo común y de los intereses de una parte.

Es por ello, que el objetivo de desarrollo sostenible n° 17, propone construir alianzas por medio de la cooperación entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Pero estas alianzas deben tener ciertas características. Primeramente, deben estar construidas en base a principios y valores éticos. En segundo lugar, deben reflejar una visión compartida, a nivel global, cuya concepción sea antropocéntrica (considerar a las personas como medida y centro de todas las cosas). Adicionalmente, se debe adoptar una perspectiva geocéntrica, en el sentido de considerar al planeta como eje central de las metas de dichas alianzas.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Según datos oficiales provenientes del Organismo Internacional de Naciones Unidas, la asistencia oficial para el desarrollo ha sido de USD 146.600.000 en el año 2017, representando una disminución del 0,6% con respecto al año anterior, es decir, USD 876.000. A su vez, el 79% de las importaciones de los productos de los países en vías de desarrollo ingresa a los países desarrollados sin carga impositiva.

Ante lo expuesto por anterioridad, es necesario generar acciones para revisar los esquemas de trabajo para llevar a cabo el objetivo N°17 y favorecer el desarrollo de los países latinoamericanos.

El comercio justo contribuye al logro de este y al desarrollo de las naciones del sur debido a que, mediante las instituciones representativas del mismo (FLO, IFAT, NEWS, EFTA) y las coordinadoras estatales presentes en la región (CLAC), dan a conocer transparentemente sobre las características de los productos comercializados por el movimiento, quiénes los elaboran y los comercializan. Asimismo, se realizan acciones de sensibilización sobre aspectos relacionados a la desigualdad comercial de los pequeños productores del sur, las condiciones laborales, el consumo responsable, la justicia comercial.

Para un aporte productivo y eficiente desde la concepción de Comercio Justo, deberían replantearse las necesidades y carencias de las naciones latinoamericanas. Para ello citaremos los principales objetivos de los ODS, que contribuirán a la solución de estos:

1. Erradicar la pobreza que conllevan las siguientes causas: Hambre, desnutrición, falta de vivienda digna, acceso ilimitado a la educación y a los sistemas de salud.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria, promoviendo una práctica agrícola sostenible. Proteger suelos, océanos, bosques, agua potable y biodiversidad.
3. Garantizar una calidad de vida saludable y promover el bienestar para la población en todos los niveles etarios. Ante esto, se reducirían las tasas de mortandad materna, la propagación de enfermedades infecciosas y la mortalidad infantil.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

5. Lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua potable y la su gestión sostenible para el saneamiento de la sociedad.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible.  
Garantizar el pleno empleo y en condiciones dignas.
9. Desarrollar infraestructura (transporte, regadío, energía, tecnología de la información y las comunicaciones).
10. Reducir la desigualdad en y entre los países en tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar la producción y el consumo responsables mediante la construcción de infraestructuras que no dañen el medioambiente, mejoren el acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos justamente remunerados y en condiciones laborales dignas.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir en la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas, es decir, reducir las amenazas de homicidio intencional, la violencia contra los niños y mujeres, la trata de personas y la violencia sexual.
17. Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible de los objetivos nombrados con anterioridad.

Estos objetivos son el fiel reflejo de la urgencia para fomentar una alianza que propicie el desarrollo sostenible, principalmente de los países del tercer mundo. Con lo cual, se torna imprescindible repensar un contrato social global, el rol de los consumidores y de los actores en la cadena de distribución, el alcance de la economía

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

de mercado, el poderío de las grandes corporaciones, las acciones cotidianas de la sociedad civil y las reglas del comercio internacional.

Uno de los movimientos que propone dicha reflexión es el Comercio justo, mediante la proactividad, la equidad y la sostenibilidad económica, social, cultural, política y económica. En otras palabras, se constituye como un movimiento multinivel (local, nacional y regional y global), multi-stakeholder (debido a que comprende a toda la red de actores del comercio justo detallada con anterioridad) y multidimensional.

A modo de conclusión, el comercio justo constituye una alternativa para fomentar la alianza del desarrollo mediante la cooperación Sur-Sur. Por ende, lograr el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

## CAPITULO IV

### 1. Conclusión

A lo largo del presente trabajo final de tesis se ha expuesto como el Comercio Justo, como movimiento alternativo, puede contribuir al desarrollo sustentable de las naciones del Sur. Para ello, se ha propuesto la reconciliación entre la ética y la economía mediante la finalidad que ambas conllevan: el bien común.

En la sociedad actual, parece utópico hablar de un sistema comercial equitativo e inclusivo debido a que el enfoque adoptado para abordar el desarrollo de los países de Latinoamérica y el Caribe ha estado basado en las relaciones Norte – Sur. Adicionalmente, tras años de revoluciones por la lucha de inserción al sistema capitalista y ante la imposición de este, la sociedad esta irreversiblemente inmersa a este orden económico.

Por tal motivo, propuse al Comercio justo como alternativa al sistema económico basado en el libre comercio debido a que este último contrarresta los valores éticos que subyacen de la naturaleza humana que rigen a las sociedades, es decir, revertir los principios, ideas y creencias del capitalismo.

Habiendo dicho esto, si bien las bases en la que reposa el movimiento se asemejan a los valores que promueve la corriente del cooperativismo, éste presenta algunos dilemas en la actualidad. La aclaración de dichos obstáculos, permitirían pensar en soluciones para favorecer la eficacia del comercio justo.

Primeramente, el cálculo del precio justo está sujeto a los valores diarios de las bolsas en los mercados, es decir, se encuentra reglado a las leyes de libre mercado: oferta y la demanda. Entonces, se produce una distinción entre los productos certificados “Fairtrade” que cotizan en bolsa y los que no. En el caso de los primeros, si el precio mínimo establecido por el Comercio justo es menor al valor cotizado en bolsa, se utiliza el precio de la bolsa internacional para los contratos internacionales. En caso de los segundos, se aplican diferentes precios dependiendo el país de origen, los costos de producción y el canal de exportación utilizado.

Adicionalmente, otra problemática en torno al precio justo ha sido la siguiente: ¿quiénes de los actores de la cadena de valor se queda con el mayor margen de

beneficio? Si bien el Comercio justo propone acercar y fusionar al productor con el consumidor (prosumidor) bajo el menor grado de intermediación posible, en la praxis comercial, a veces, se torna dificultoso para los pequeños productores que no tienen la infraestructura física ni el respaldo económico acercar sus productos a las tiendas expendedoras de estos. Como consecuencia, inevitablemente, terminan recurriendo a intermediarios para poder cumplir con dicha tarea. Y, a su vez, esos intermediadores amplían el margen de ganancia de los productos comercializados, ocasionándose un aumento en el precio del producto final para consumo.

A su vez, la llegada de grandes compañías al terreno del comercio justo podría quitar del escenario, nuevamente, a los pequeños productores, vendiendo grandes volúmenes con el objetivo de bajar el precio. Como consecuencia, los beneficios generados por las economías de escala favorecerían a las grandes empresas.

Para intentar dar respuesta a lo planteado, se deberían pensar nuevos métodos y criterios para el cálculo de un precio justo que contemplen dicha problemática. Para ello, los métodos para un cálculo justo deberían no estar dominados por los criterios de eficiencia y rentabilidad económica basados en la repartición desigual del poder de la oferta y la demanda. Por el contrario, deberían contemplar: el uso de los factores productivos empleados, transporte, necesidades de la comunidad local, el impacto ambiental, comunicación, tiempo empleado y el número de productos a fabricarse diariamente, el aprendizaje en materia de concientización de un consumo responsable y la capacitación empleada en el proceso.

Por otro lado, los sistemas de certificación de los productos comercializados por dicho movimiento acatan las normas de los países del “Norte” o desarrollados, lo que genera dos perspectivas e interpretaciones antípodas:

- La inmutable dependencia de los países del Sur: se presenta una interacción limitada de los productores y las instituciones dentro del comercio justo que genera disparidad en los intereses de ambas partes y obstaculizan los cambios en las relaciones de poder.
- La asistencia brindada en materia de certificación percibida como un acto de cooperación de los países con mayor grado de desarrollo hacia los que carecen del mismo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Entonces, para superar esta dicotomía, es imprescindible mencionar otro de los dilemas que, a su vez, se puede presentar como posible estrategia para la inserción del Comercio Justo en América Latina y el Caribe y fomentar el desarrollo de estos. Dicho problema es la carencia de un marco jurídico que regule la comercialización justa.

Por ende, si se analiza que las operaciones de comercio justo están dadas por el acuerdo mutuo de voluntades, entonces, un contrato comercial justo enmarcaría la forma legal del mismo.

A su vez, existe un dilema que se presenta en torno al rol de los organismos internacionales que dificultan la inserción de métodos de producción y consumo sostenibles como el Comercio Justo. Por ejemplo, la Organización Mundial del Comercio (OMC), mediante la cláusula de habilitación. La misma es el fundamento jurídico del Sistema Generalizado de Preferencias, en el cual los países desarrollados ofrecen un trato diferencial, pero sin reciprocidad a los productos originarios de los países de desarrollo. Consecuentemente, al no quedar obligados los países desarrollados a ofrecer ese trato, debido a que es una política contraria a los intereses de dichas naciones, se acrecienta la brecha de desigualdad entre Norte- Sur.

Entonces, podríamos pensar múltiples soluciones. Por ejemplo: la baja de la carga impositiva a los productos elaborados bajo estándares y principios “justos” o la confección una petición a la OMC para modificar dicha cláusula, bajo un enfoque de Cooperación Sur-Sur, en el marco de los organismos regionales como ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) o MERCOSUR (Mercado Común del Sur) debido a que, como se evidenció en este trabajo por el Informe de las Naciones Unidas, la contribución de los países desarrollados a los países en vías de desarrollo disminuyó considerablemente, estaríamos frente a un verdadero trato recíproco y, de ese modo, estaríamos bregando por un comercio más justo y equitativo.

Pero pensar en dichas estrategias, sería casi utópico debido a que las instituciones internacionales no están adaptadas a los cambios continuos de la realidad social, y, por ello, es un impedimento pensar en soluciones que están contra los ideales de estas.

Es por ello que, para cambiar las reglas del comercio internacional, el comercio justo no debe ser considerado solamente como una estrategia comercial, sino como un

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

sistema de innovación en materia económica, política, social, cultural y ambiental. Es decir, debe ser considerado como un movimiento mundial de la sociedad civil.

Entonces, para ser consecuentes con un proyecto de cambio a favor del desarrollo sostenible de dichas naciones, se propondrá otra estrategia adicional para la implementación del comercio justo. La misma, será bajo el marco del organismo internacional regional: la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Dicha asociación se creó en el año 1980 bajo el marco regulatorio jurídico del Tratado de Montevideo con el propósito de: reducir y eliminar gradualmente las trabas al comercio recíproco de los países miembros; propiciar el desarrollo de vínculos solidarios y cooperativos de los pueblos latinoamericanos; promover el desarrollo económico y social de la región de forma pacífica y equilibrada cuya finalidad sea garantizar una mejor calidad de vida; transformar el proceso de integración latinoamericano y establecer mecanismos aplicables a la realidad de dichas naciones; crear un área de preferencias económicas teniendo como finalidad el establecimiento de un mercado común latinoamericano.

Consecuentemente, para poder propiciar una alianza para el desarrollo sostenible de los pueblos de América Latina y el Caribe, mediante el movimiento y los principios del comercio justo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los propósitos de creación de la ALADI, propongo la creación de una entidad financiera latinoamericana para desarrollo.

La misión del banco sería viable mediante la otorgación de créditos a aquellos países de América Latina y el Caribe que quieran revitalizar la sostenibilidad en la infraestructura de sus pueblos. Es decir, aquellas naciones que tengan como visión conservar y proteger de forma armónica la estructura ambiental, cultural y económica. Y, dentro de esa infraestructura, fomentar esquemas de comercio justo.

Por otro lado, para enfrentar los problemas de concientización acerca del consumo responsable y fomentar las estructuras de producción y comercialización sostenibles de comercio justo, dicho banco otorgaría créditos a las Coordinadoras Estatales de Comercio Justo presentes en la región para llevar a cabo procesos de sensibilización, formación y organización del movimiento.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Dicha estrategia se implementaría mediante acuerdos de colaboración con empresas de diversos sectores e instituciones educativas en donde se generen proyectos y se lleven a cabo jornadas de concientización basadas en la capacitación y el aprendizaje. A su vez, para difundir el mismo entre los diferentes actores del comercio justo y de la sociedad civil, se llevarían a cabo la creación de contenidos en diferentes medios y soportes: audiovisuales, impresos, online.

En síntesis, he planteado las siguientes estrategias debido a que el comercio no es justo si no es justo entre iguales. Para concluir, a modo de reflexión: *“Ser libre no es meramente deshacerse de las cadenas de uno, sino vivir de forma que se respete y mejore la libertad de los demás”*. (Nelson Mandela)

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

## 2. Bibliografía

Anfonssi, P. (2011). *Relación felicidad: conciencia en John Stuart Mill y Peter Singer a partir de la ética utilitarista*. Recuperado de: <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/194/v/v20-2/2.pdf>

Aristóteles (2017). *La gran moral*. Recuperado de: <http://www.ataun.net/bibliotecagratis/Cl%C3%A1sicos%20en%20Espa%C3%B1ol/Arist%C3%B3teles/La%20gran%20moral.pdf>

Aristóteles. (s.f). *Ética a Nicómaco*. Recuperado de: <http://www.proyectoespaco.dm.cl>

Auge, M. (1992). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Barcelona, Ed: Gedisa.

Bauman, Z. (1999). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires, Ed: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires, Ed: Fondo de cultura económica.

Butler, E. (2016). *Adam Smith: La riqueza de las Naciones y la Teoría de los sentimientos morales resumidas*. Buenos Aires, Ed: Grupo Unión.

Ceccon, B. (2008). *El comercio justo en América Latina: Perspectivas y desafíos*. Recuperado de: <http://scifunam.fisica.unam.mx/mir/copit/SC0002ES/SC0002ES.pdf>

Ceccon, B., Ceccon, E. (2010). *La red del comercio justo y sus principales actores*. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112010000100008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112010000100008)

CEPAL (2017). *Panorama social de América Latina*. Recuperado de: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42716/7/S1800002\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42716/7/S1800002_es.pdf)

CEPAL (s.f). *Términos de intercambio: Raúl Prebisch y los desafíos del siglo XXI*. Recuperado de: [https://biblioguias.cepal.org/ld.php?content\\_id=31872193](https://biblioguias.cepal.org/ld.php?content_id=31872193)

Coscione, M., Mulder, N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42404>

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---

Da costa, C. (2011). *La responsabilidad social empresarial y el comercio justo como herramientas importantes para la competitividad*. Recuperado de: [http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2011/administracion de empresas/66-74.pdf](http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2011/administracion_de_empresas/66-74.pdf)

Donaire, D. (1999). *Gestão ambiental na empresa*. São Paulo, Ed: Atlas.

Fairtrade International (2017). *Monitoring the scope and benefits of fairtrade*. Recuperado de: <https://monitoringreport2017.fairtrade.net/en/>

FAO (2017). *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-i7914s.pdf>

Felber, C. (2014). *La economía del bien común: un modelo económico que supera la dicotomía entre capitalismo y comunismo para maximizar el bienestar de nuestra sociedad*. Buenos Aires, Ed: Paidós.

Fretel, A. (2009). *Comercio justo Sur- Sur: problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Lima, Ed: GRESP.

Galeano, E. (2004). *Las venas abiertas de América Latina*. Buenos Aires, Ed: Siglo XXI.

Goulet, D. (1965). *Ética del desarrollo*. Barcelona, Ed: IEPAL.

Hernández, A. *Amarthya Sen: ética y economía*. Recuperado de: [http://fce.unal.edu.co/media/files/cuadernos/29/v17n29\\_hernandez\\_1998.pdf](http://fce.unal.edu.co/media/files/cuadernos/29/v17n29_hernandez_1998.pdf)

ICCA (2007). *El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo: propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia*. San José, Ed: ICCA.

Kliksberg, B. (2005). *La agenda ética pendiente en América Latina*. Buenos Aires, Ed: Fondo de Cultura económica.

McLuhan, H. & Powers, B. (1995). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación en el siglo XXI*. Barcelona, Ed: Gedisa.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

Mota, L. (2005). Reseña de más ética, más desarrollo de Bernardo Kliksberg. *Revista de Ciencias Sociales*, 12 (38), 413-421.

Organización de las Naciones Unidas (1987). Informe Brundtland. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>

Rawls, J. (2006). *Teoría de la justicia*. Recuperado de: [https://etikhe.files.wordpress.com/2013/08/john\\_rawls\\_-\\_teoria\\_de\\_la\\_justicia.pdf](https://etikhe.files.wordpress.com/2013/08/john_rawls_-_teoria_de_la_justicia.pdf)

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22. Ed.). Recuperado de: <http://www.rae.es/rae.html>

Roldan, C. (2010). *La felicidad como proyecto ético*. Recuperado de: [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2651/1/RoldanCarolina\\_felicidadproyectoeticoaristotelesbentham.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2651/1/RoldanCarolina_felicidadproyectoeticoaristotelesbentham.pdf)

Rousseau, J. (2017). *El contrato social*. Buenos Aires, Ed: Colihue.

Sandler, M. (2013). *Lo que el dinero no puede comprar: los límites morales del mercado*. Madrid, Ed: Debate.

Steevenz, K., Ramirez, W. (2015). *De la constitución de 1991 a la realidad*. Bogotá. Ed: Universidad del Rosario.

Universidad Interamericana para el desarrollo (s.f). *El análisis del consumidor*. Recuperado de: [https://mimateriaenlinea.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdj/ejec/ME/AC/S07/AC07\\_Lectura.pdf](https://mimateriaenlinea.unid.edu.mx/dts_cursos_mdj/ejec/ME/AC/S07/AC07_Lectura.pdf)

Windfuhr, M. & Jonsén, J. (2005). *Soberanía alimentaria: hacia la democracia en sistemas alimentarios locales*. Recuperado de: <http://www.oda-alc.org/documentos/1341800313.pdf>

WFTO, Fairtrade (2009). *Carta de los principios de Comercio Justo*. Recuperado de: [https://wfto.com/sites/default/files/Charter-of-Fair-Trade-Principles-Final%20\(SP\).PDF](https://wfto.com/sites/default/files/Charter-of-Fair-Trade-Principles-Final%20(SP).PDF)

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

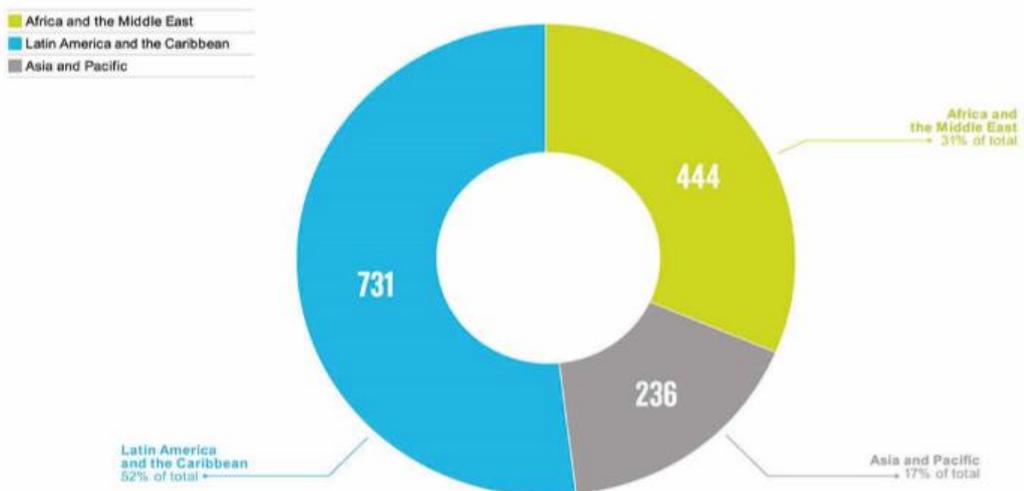
### 3.1 Anexo I

#### “INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL APORTE DEL COMERCIO JUSTO”

Mapa de los productores certificados de Comercio justo por continentes

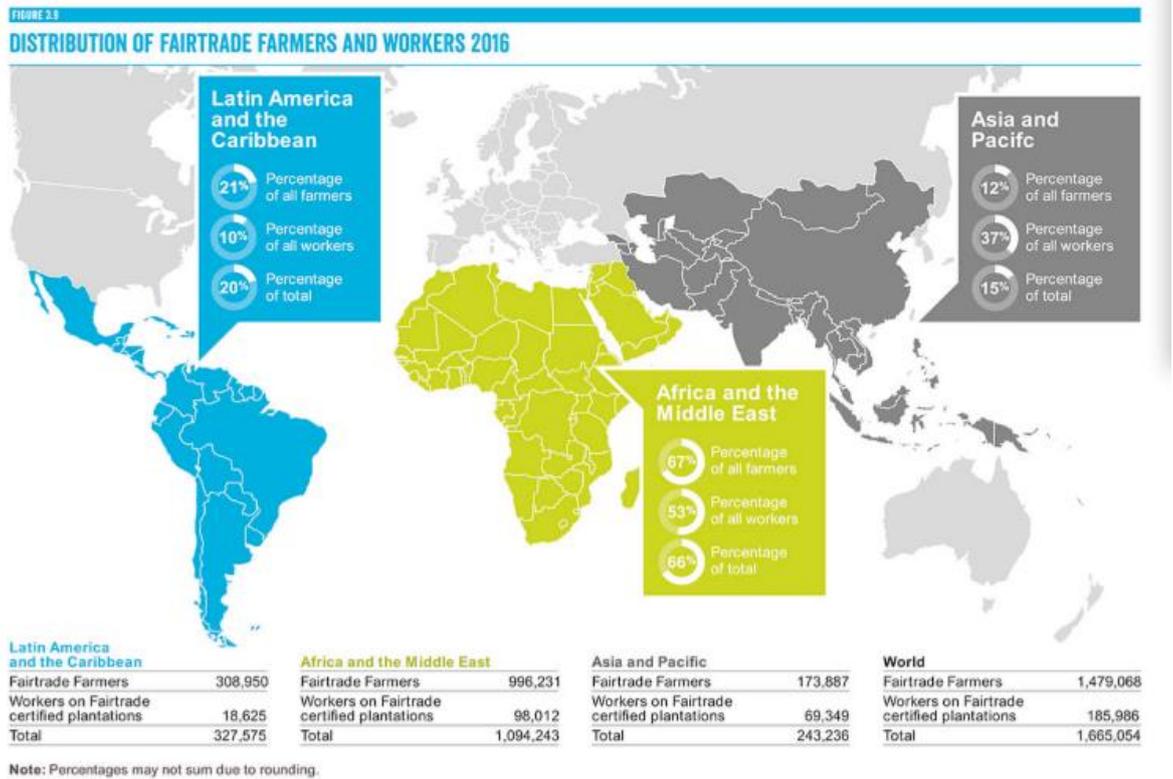


FIGURE 3.4  
FAIRTRADE PRODUCER ORGANIZATIONS BY REGION 2016



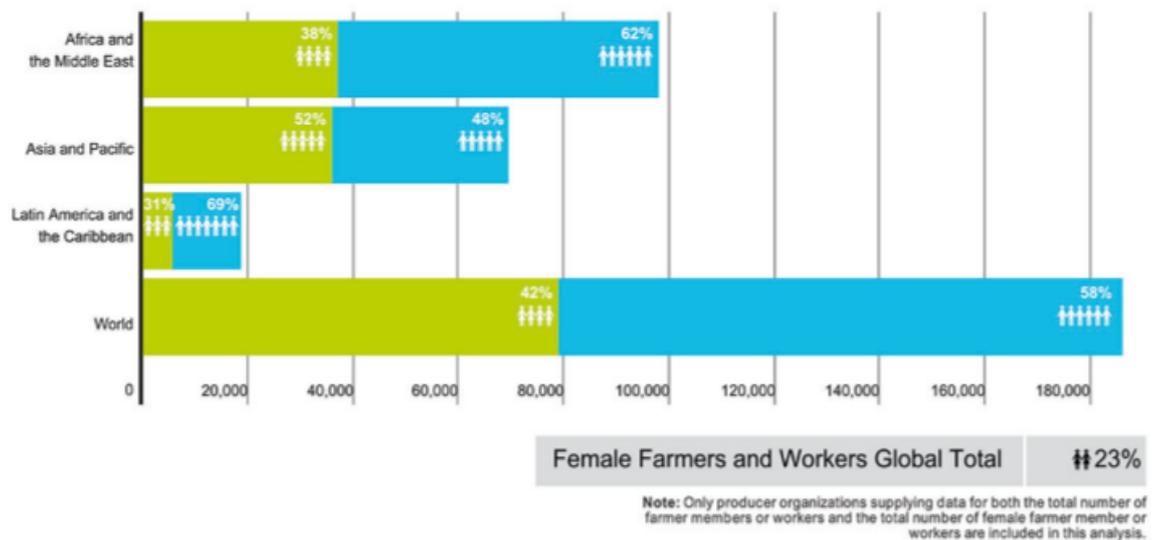
“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

Mapa de la distribución de trabajadores de comercio justo 2016 por continentes



Participación de las mujeres en el ámbito laboral del comercio justo

Number of female workers compared with number of male workers, Hired Labour Organizations 2016



“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

## Volúmenes de venta obtenidos en 2016

TABLE 4.1  
FAIRTRADE SALES VOLUMES REPORTED BY PRODUCT 2014–16 (MT)

Product	2014	2015	2016	Percentage change since 2015
Bananas*	495,115	552,835	579,081	5%
Cane sugar*	227,561	155,334	166,560	7%
Cocoa*	81,190	102,176	136,543	34%
Coffee*	153,310	179,723	185,777	3%
Flowers and Plants (stems)*	720,657,578	786,704,904	829,101,640	5%
Tea*	11,050	11,534	12,123	5%
Dried fruit	2,209	1,881	831	-56%
Fresh fruit	32,064	33,952	53,532	58%
Fruit juices	6,831	7,005	21,307	204%
Herbs, herbal teas & spices	10,700	9,839	10,930	11%
Honey	3,027	3,254	3,260	0.2%
Nuts	6,282	3,171	3,844	21%
Oilseeds and Oleaginous fruit	1,807	2,638	1,546	-41%
Quinoa	2,262	1,315	1,234	-6%
Rice	12,019	9,935	10,379	4%
Seed cotton**	19,351	18,410	10,380	-
Sportsballs (items)	271,120	153,473	119,549	-22%
Vegetables, incl. Pulses and Potatoes	883	3,345	4,148	24%
Wine grapes	35,037	29,412	37,161	26%

## Prima de productos certificados de comercio justo



**Nota:** Todas las ilustraciones que conforman el apéndice estadístico fueron extraídos del reporte N° 9 de monitoreo del alcance y los beneficios del comercio justo.

“Comercio Justo: una alternativa ética para fomentar una alianza de desarrollo sustentable para América Latina y el Caribe”.

---

---