

# MODELO ECONÓMICO JUSTO Y SOLIDARIO

ALBERTO CASTRO JAIMES / JOSÉ CRUZ MARCELO / JOSÉ VARGAS SANTOS



**Editorial**  
UTMACH

**REDES 2017**  
COLECCIÓN EDITORIAL



# Modelo económico justo y solidario

Alberto Castro Jaimes  
José Nabor Cruz Marcelo  
José Vargas Santos

Coordinadores



Primera edición en español, 2018

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa editorial de la UTMACH

---

Ediciones UTMACH

Gestión de proyectos editoriales universitarios

188 pag; 22X19cm - (Colección REDES 2017)

Título: Modelo económico justo y solidario. / Alberto Castro Jaimes / José Nabor Cruz Marcelo / José Vargas Santos (Coordinadores)

ISBN: 978-9942-24-115-3

*Publicación digital*

---

**Título del libro:** Modelo económico justo y solidario

ISBN: 978-9942-24-115-3

**Comentarios y sugerencias:** [editorial@utmachala.edu.ec](mailto:editorial@utmachala.edu.ec)

**Diseño de portada:** MZ Diseño Editorial

**Diagramación:** MZ Diseño Editorial

**Diseño y comunicación digital:** Jorge Maza Córdova, Ms.

© Editorial UTMACH, 2018

© Alberto Castro / José Cruz / José Vargas, por la coordinación

D.R. © UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, 2018

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

[www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

Machala - Ecuador

Advertencia: “Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes”.



César Quezada Abad, Ph.D

**Rector**

Amarilis Borja Herrera, Ph.D

**Vicerrectora Académica**

Jhonny Pérez Rodríguez, Ph.D

**Vicerrector Administrativo**

### **COORDINACIÓN EDITORIAL**

Tomás Fontaines-Ruiz, Ph.D

**Director de investigación**

Karina Lozano Zambrano, Ing.

**Jefe Editor**

Elida Rivero Rodríguez, Ph.D

Roberto Aguirre Fernández, Ph.D

Eduardo Tusa Jumbo, Msc.

Irán Rodríguez Delgado, Ms.

Sandy Soto Armijos, Ms.

Raquel Tinóco Egas, Msc.

Gissela León García, Mgs.

Sixto Chiliquinga Villacis, Mgs.

**Consejo Editorial**

Jorge Maza Córdova, Ms.

Fernanda Tusa Jumbo, Ph.D

Karla Ibañez Bustos, Ing.

**Comisión de apoyo editorial**

# Índice

## Capítulo I

Análisis de la economía social, economía solidaria y comercio justo en latinoamérica ..... 12

Alberto Castro Jaimes; José Cruz Marcelo; José Vargas Santos

## Capítulo II

La actualidad del comercio justo en el Ecuador ..... 38

Alexandra Solórzano González; Livingston Rojas González; Luis Maridueña Villena

## Capítulo III

Estructura de las organizaciones de comercio justo en Ecuador ..... 66

Henry Correa Guaicha, Alexandra Solórzano González, Iddar Ivan Jaya

## **Capítulo IV**

El mercado global del banano ..... 91

Iddar Ivan Jaya, Henry Correa Guaicha, Luis Maridueña Villena

## **Capítulo V**

El mercado global del camarón ..... 109

Carlos Sarmiento Chugcho, Carlos González, Iddar Ivan Jaya.

## **Capítulo VI**

Organizaciones que apoyan el modelo económico justo y solidario ..... 127

Norman Vinicio Mora, Carlos Soto González, Livingston Rojas González

## **Capítulo VII**

La universidad por el comercio justo ..... 154

Norman Mora, Carlos Soto González, Livingston Rojas González

## **Capítulo VIII**

El comercio justo como alternativa de comercialización.....173

Alberto Castro Jaimes, José Cruz Marcelo, José Vargas Santos,

# Dedicatoria

Dedicamos el presente trabajo a la UNAM y a la UTMACH, resultado de las experiencias académicas, y del trabajo tesonero realizado a través de toda una vida dedicada con devoción a la docencia.

# Introducción

Las razones que nos motivaron a escribir este libro está sustentada en crear una herramienta de consulta que permita al estudiante, emprendedor, profesional, tener los instrumentos básicos para acometer en el desarrollo de proyectos viables que se circunscriban en el ámbito del Comercio Justo CJ, como una tendencia que en los actuales momentos es de uso cotidiano teniendo como principio la priorización del ser humano sobre el capital y la inclusión de personas en actividades productivas.

Recoge, además, la experiencia de la docencia ejercida en nuestras distintas cátedras universitarias, como un legado que queremos transmitir a las generaciones venideras, este bagaje académico estamos seguros que contribuirá en mucho para quienes estén interesados en iniciar los derroteros de las actividades productivas de todo nivel y diversidad.

El presente trabajo consta de VIII unidades, las mismas que las detallaremos de forma sucinta a continuación:

El capítulo I trata de las generalidades del comercio justo a nivel nacional y de Latinoamérica, detallando de forma sistemática, además, los conceptos y principios en los que se sustenta. De forma detallada expone lo relacionado a los

diversos modelos económicos en los que se circunscribe el marco teórico relacionado con la temática tratada.

La retrospectiva y antecedentes que fueron los elementos precursores de lo que ahora se aplica como economía popular y solidaria, se encuentra sustentada en la unidad II, de esta forma estamos en capacidad comprender su evolución a través del tiempo y las connotaciones se han ido incorporando en la historia y su desarrollo.

La Unidad III se refiere a la estructura de las organizaciones nacionales e internacionales que tienen actividades afines a estos principios, siendo propositivas para realizar interacciones de las diferentes organizaciones para fomentar estas actividades y así, crear escenarios internacionales para la diversificación e incremento de las empresas que aplican este perfil procurando la globalización de sus actividades.

La unidad IV está relacionada en el análisis del mercado global del banano, es decir trata de forma detallada los ámbitos en los que se comercializa el banano bajo la forma de mercado justo y solidario, a nivel internacional este tipo de comercialización es muy bien acogida por los países de Europa y EEUU debido a las condiciones en que el banano es producido y comercializado fomentando beneficios comunes tanto para los productores, las firmas exportadoras y el público que consume un producto sano.

El presente apartado que constituye la unidad V, hace relación de una de las actividades más emblemáticas de nuestra economía, específicamente se trata de la producción y comercialización del camarón en cautiverio, gestión que ha permitido el desarrollo de fuentes de trabajo e ingresos de divisas por las exportaciones hacia los mercados internacionales.

La unidad VI describe y enumera las instituciones que sirven como soporte para el desarrollo e integración de las actividades del comercio justo y solidario, detalla sistemáticamente la creciente integración de organizaciones afines que en un momento específico dinamiza la economía local y nacional.

El segmento que corresponde a la unidad VII hace relación al compromiso que debe asumir la academia para ser el vector del desarrollo de las actividades de las organizaciones del comercio justo y, ser el aporte de la investigación e innovación y, de aplicación de los mismos en el contexto de emprendimientos que busquen aplicar los avances tecnológicos.

Una vez que se definieron las actividades productivas a desarrollar, es preciso contar con una estrategia de comercialización, constituyendo un eje prioritario en la aspiración de alcanzar metas y objetivos organizacionales, de ahí la pertinencia de la unidad VIII ya que trata específicamente las estrategias más idóneas para la comercialización en la economía popular y solidaria.

# 01 Capítulo | Análisis de la economía social, economía solidaria y comercio justo en latinoamérica

Alberto Castro Jaimes, José Cruz Marcelo, José Alfredo Vargas Santos,

Gráfico 1.



**Alberto Castro Jaimes:** Nace en la Ciudad de México, México 1982. Licenciado en Economía, y Maestro en Ciencias Sociales FLACSO. Profesor de Economía en la UNAM desde 2008 hasta el presente

**José Nabor Cruz Marcelo:** Nace en la Ciudad de México, México 1982. Licenciado en Economía, y Maestro en Ciencias Sociales FLACSO. Profesor de Economía en la UNAM desde 2008 hasta el presente

**José Alfredo Vargas Santos:** Nace en México 1984. Licenciado en Ciencias Sociales. Maestro en Economía. Profesor de Economía en la UNAM desde 2016 hasta el presente

## Introducción unidad I

El presente capítulo trata de las generalidades del comercio justo a nivel nacional y de Latinoamérica, detallando de forma sistemática, además, los conceptos y principios en los que se sustenta. De forma detallada expone lo relacionado a los diversos modelos económicos en los que se circunscribe el marco teórico relacionado con la temática tratada.

### Objetivo.

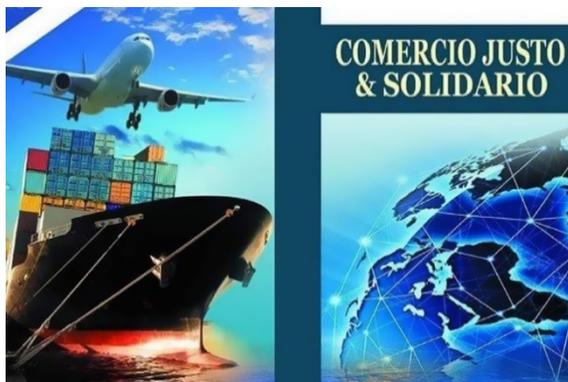
Definir de forma conceptual al comercio justo y solidario.

### Metodología

Se aplica la investigación cualitativa a partir del comportamiento del mercado relacionando una postura que se orienta a la aplicación de formas de comercializar bienes y servicios que permitan a los usuarios un empoderamiento en los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios bajo una óptica de bien común y equitativo.

### 1. Análisis de la economía social, economía solidaria y comercio justo en latinoamérica.

Ilustración 1. Solidaria Y Comercio Justo En Latinoamérica



Se articulan tres dimensiones: Tiendas de economía solidaria y comercio justo. Red intercontinental de economía social y solidaria. MERCOSUR solidario

## 1.1 La Economía.

Latinoamérica contribuye de forma permanente a la economía solidaria, fortaleciendo la matriz productiva con el apoyo de los productores de la economía popular y solidaria. Dicha “economía se ocupa de las cuestiones que surgen de la relación con la satisfacción de las necesidades de los individuos y de la sociedad. Las necesidades materiales (alimentos, vestimenta o vivienda) y no materiales (Educación, ocio, otros) de una sociedad que obliga a sus miembros a llevar acabo determinadas actividades productivas (Mochon Morcillo, 2006).

La relación surge de manera sencilla, donde se cumplen las funciones económicas correspondientes, donde los bienes son producidos y distribuidos, para luego ingresar la solidaridad donde se busca compartir con los más necesitados. Donde nace un nuevo modo de hacer economía, una nueva racionalidad económica, dando lugar a una Latinoamérica económicamente justa y solidaria.

## 1.2 La Solidaridad.

Esta palabra expresa la realidad homogénea de algo físicamente entero, unido, compacto, cuyas partes integrantes son de igual naturaleza. El concepto que más se acerca a lo que buscamos es lo social donde lo ve como sinónimo de igualdad, fraternidad, ayuda mutua, en un todo unido a los conceptos de responsabilidad, generosidad, desprendimiento, cooperación y participación. (Moenne, 2010).

Solidaridad es uno de los muchos valores que posee la persona, este valor de solidaridad hace que colabore con los demás sin la intención de recibir algo a cambio, esta se manifiesta en épocas de crisis sean estas épocas de escasez de alimentos, guerras, desastres naturales y otras condiciones extremas, los países se avocan en una sola causa, en defender ayudar o brindar toda clase de apoyo para resguardar la integridad de la localidad, conduciendo al desarrollo sustentable de los pueblos. La solidaridad no es obligatoria, pero resulta un compromiso moral entre los que son capaces de ayudar a alguien en situación de riesgo o necesidad extrema.

### **1.3 Economía capitalista.**

La economía capitalista tiene como fin la acumulación de riquezas para la reproducción de la misma, minimizando costos y maximizando beneficios, basa su desarrollo en la libre empresa y la producción como medio para generar utilidades individuales o de negocio, ve incentivada su esfuerzo en el ánimo de lucro.

Esta economía ya no corresponde a las potencialidades del tiempo presente, en la época que surgió existían formas primarias de organización de la producción material donde se regía por medio de despotismos de diversos orígenes: políticos, étnicos, familiares y religiosos. Donde en la actualidad en muchos de los países el capitalismo es la principal fuente de economía donde atrae graves problemas siendo uno de los principales el agravamiento de las desigualdades, (Cattani, 2003).

Encuentra su excelencia y el mejoramiento continuo que le permite diferenciarse de los demás, alcanzando mayores utilidades.

#### **1.3.1 Economía social.**

La economía social llamada también solidaria, representada por el conjunto de productores, consumidores, ahorristas entre otros. Hace un cambio considerable en la relación que existe del ciudadano con el proceso de producción de bienes y servicios, donde el sistema capitalista el solidario no tiene oportunidad de alcanzar las fuerzas que manejan el estado, pero por otra parte esta nueva forma de economía permite a este participar directamente, mediante su condición de miembro, en la definición de sus objetivos y gestión.

Además, la economía social no solo depende del desarrollo asociativo en general y del manejo de las organizaciones de la sociedad civil respecto a ella, sino también del crecimiento de los movimientos que poseen objetivos sociales, ecológi-

cos y de democratización, así como sus logros, dependerán de la capacidad que tengan de combinar la acción cívica con la creación de la estructura socio - económicas susceptibles de afianzarlos y darles continuidad.

Se han proporcionado un sin número de estudios relacionados con la economía social o también conocido como el sector no lucrativo o en crecimiento, sectores relacionados con la satisfacción de necesidades inmediatas individuales y colectivas ligadas al bienestar social, (Chávez & Monzón, 2001).

Organizaciones Económicas Populares (OPES).

Al momento de comenzar a surgir la economía social y solidaria surge un fenómeno que se lo considero en ese momento como OPES las características de las mismas eran:

- Las OPEs, son propuestas que nacen en los ambientes populares, tanto del medio urbano como del medio rural.
- Son experiencias asociativas, muchas veces de carácter familiar, otras veces de carácter vecinal o funcional.
- Crean sus propios objetivos y estrategias que se proponen cumplir como organizaciones.
- Ayudan a santificar necesidades tanto individuales y en conjunto. Donde batallan contra un sin números de carencias.
- Buscan lograra ayudar sin necesidad de ayuda económica, ellos mismo logran financiar.
- Se rigen en relaciones y valores solidarios. (esto da inicio al concepto de economía solidaria)
- Buscan desarrollar nuevas alternativas respecto del sistema dominante (Guerra, 2003).

### 1.3.2 Economía Solidaria.

La economía solidaria se refiere al conjunto de prácticas económicas basadas en la solidaridad, surgidas en los sectores populares, sean estos pequeños productores, familias rurales, barrios populares, clase obrera, formando un sistema socio económico, cultural y ambiental, conformado por un conjunto de fuerzas sociales que realizar prácticas de autogestión solidaria, democrática y humanistas y sin ánimo de lucro, desarrollando propenden al desarrollo integral del ser humano como actor, sujeto y de fin de la economía (Cardozo Cuenca, 2016).

El concepto de economía solidaria es muy amplio cuyo cuerpo teórico está en construcción y propone el modelo capitalista actual. Donde esa nueva economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

En Latinoamérica se formó la economía solidaria en la década de los 80, esta idea de implementar una nueva forma económica y de pretender reformular las leyes y principios que forma parte de la teoría capitalista, donde además se busca una nueva manera de estructurar las relaciones en el sector productivo o comercial, en formas de cooperación y solidaridad recíproca, proponiendo reformular el concepto de empresa y de los factores económicos, es decir una revalorización del factor trabajo frente al factor capital, da comienzo al levantamiento y la transformación de las ideas planteadas pero con reformas que lograra mejorar la aplicación, con la consolidación de la situaciones de exclusión social, donde no se poseen posibilidades de llevar una vida con parámetros socialmente dignos, uno de los principales objetivos de esta unión es lograr acabar con la situación de injusticia social, la economía solidaria resulta importante para el desarrollo de la comunidad basada en redes sociales de seguridad y ayuda.

### 1.3.3 Principios en la economía social y solidaria.

Los principios de la economía social y solidaria, caracteriza a las organizaciones por su compromiso con la comunidad, compuesta por empresas, sociedades que realizan actividades económicas que poseen ganancias y atribuciones para todas las personas que lo componen o se relaciona, estas son principalmente cooperativas, mutualistas y asociaciones, las cuales se rigen a los siguientes principios:

- a) El ser bueno, su trabajo y mecanismo de cooperación tienen primacía sobre los medios de producción.
- b) Espíritu de solidaridad, cooperación, participación y ayuda mutua.
- c) Administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora.
- d) Adhesión voluntaria, responsable y abierta.
- e) Propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción.
- f) Participación económica de los asociados, en justicia y equidad.
- g) Formación e información para sus miembros, de manera permanente, oportuna y progresiva.
- h) Autonomía, autodeterminación y autogobierno.
- i) Servicio a la comunidad.
- j) Integración con otras organizaciones del mismo sector.
- k) Promoción de la cultura ecológica (Cardozo Cuenca, 2016).

La superintendencia de economía popular y solidaria, busca el desarrollo, estabilidad, solidez y un excelente funcionamiento del sector económico popular y solidario con procesos de transparencia, según la ley vigente.

## 1.4 Renacimiento del comercio justo.

Ilustración 2. Renacimiento del Comercio Justo

Comercio justo, promueve medios de producción, distribución y comercialización equitativos que no perjudiquen ni a productores ni a consumidores



Fuente: Autor

En algún momento de la historia de la humanidad el hombre empieza a practicar el comercio de forma natural, sin prejuicios, egoísmos, sobretodo el consumo responsable con el cuidando y el medio ambiente. El hombre moderno ha experimentado el uso y abuso de sus facultades investigativas a tal grado que lucha por un comercio justo, responsable con principios, llamados actualmente comercio justo y consumo responsable.

Este concepto de comercio justo y consumo responsable renace desde organizaciones y entidades sociales de diverso tipo y supone un cambio paulatino, pero seguro desde un comercio inequitativo y falta de moral que contribuye a una desigualdad social y económica a nivel local y mundial por una forma de comercio que practica la igualdad y todos se benefician incluyendo al medio ambiente.

El comercio justo y el Consumo responsable pugnan por formas de intercambio naturales que dejan de lado a elementos desbastadores como la concentración de mega capitales que han puesto al hombre por debajo y por encima de sí mismo.

Uno de los principios del comercio justo es el de equilibrar los poderes económicos, por consiguiente, sociales, entre los países desarrollados e industrializados busca revigorizar y revalorar a aquellas actividades y formas de comercio que puedan beneficiar a los productores de lo que se conoce normalmente como tercer mundo para equilibrar la balanza en una época de profunda desigualdad social y económica.

El comercio justo pretende dar lugar así a todo tipo de productores, incluso aquellos que normalmente quedan relegados por el sistema capitalista que se basa en la extracción de recursos naturales y materias primas de los países en desarrollo para luego colocar en ellos esos mismos materiales en forma de productos manufacturados y con un valor superior. Además, este movimiento se interesa por favorecer al desarrollo, capacitación y formación de esos productores para que su producto final sea de mayor calidad y adquiera así un valor superior que no necesariamente sea representado en términos numéricos si no en términos de calidad. Además, promueve medios de producción, distribución y comercialización equitativos que no perjudiquen ni a productores ni a consumidores, con la existencia de intermediarios o especuladores que alteren la calidad o el precio de los productos a intercambiar.

El comercio justo suele estar impulsado por organizaciones no gubernamentales (ONG'S) Naciones Unidas (ONU), organizaciones para el desarrollo (ONGD's), por algunos gobiernos, movimientos sociales y ciudadanos que intentan crear redes de comercio alternativo para ello realizan ferias, redes de comercialización, distribución en centros de acopio y tiendas de comercio justo aumentando la oferta para los consumidores, fomentado el Consumo Responsable, encontrando en ello un modo de vida responsable en el contexto Latinoamericano y del Caribe.

El desarrollo del modelo cooperativista está directamente asociado con el Comercio Justo, estos conceptos llegan principalmente de pioneros en el comercio justo.

## 1.4.1 Concepto del comercio justo

Ilustración 3. Concepto del comercio justo

El comercio justo promovido por varias organizaciones no gubernamentales, por organizaciones de naciones unidas, por los movimientos sociales y políticos.



Fuente: Autor.

El comercio Justo despliega un acto de confianza entre los productores y consumidores con un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales, medioambientales y a la contribución del desarrollo sostenible, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores desfavorecidos.

Otro concepto: El comercio justo es un tipo alternativo de intercambio económico entre dos partes que valoran y desarrollan un alto nivel de conciencia social y ética. Se trata de la compra/venta de productos o servicios que intenta ser justo con todas las partes implicadas, no incluye en ninguna parte de su proceso materiales o procesos que violan los derechos humanos o que se basan en la especulación.

Además, se tratan los problemas de una forma global, fomentando el cooperativismo, la producción local de productos autóctonos y tradicionales, la preservación y cuidado del medio ambiente y por supuesto el respeto y promoción de los derechos de las personas por encima de cualquier

argumento económico. En este sentido, el comercio justo está relacionado con el reciclaje creativo, ya que ambos intentan frenar la destrucción del planeta y las desigualdades que generan las industrias y empresas en todo el mundo.

Tanto es así que los productos de comercio justo deben ir identificados, indicando su procedencia y con una certificación que así lo acredite. Por otro lado, aunque su precio suele ser un poco superior comparado con el mercado convencional, los productos de comercio justo cuentan con la satisfacción de no participar en intercambios que generan desigualdades o esclavitud y que destruyen nuestro planeta, los productos justos y solidarios suelen llevar el sello de ser productos únicos y producidos en un entorno local.

Otro concepto: El comercio justo es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

Es favorable la libertad de comercio en iguales condiciones, es decir abolir las restricciones discriminatorias a productos provenientes de países en desarrollo, desde materia prima a manufacturas o tecnología, así se evita la discriminación y el proteccionismo, evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan por un producto los consumidores del primer mundo y el dinero que se les paga a sus productores en el tercer mundo, además de evitar la explotación de los trabajadores. Esto contribuye a compensar los efectos de la obsesión consumista por el precio más barato, sin otra consideración, y sus consecuencias:

- Progresivo deterioro de la calidad y durabilidad de los productos.
- Explotación de los productores.
- El precio justo, es decir, que éste no contenga componentes influenciados por intervenciones o subsidios estatales que distorsionan el concepto de comercio justo.

El comercio justo puede ser considerado una versión humanista del comercio libre, al igual que este es voluntario entre dos partes, es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. 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, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados.

El continuo planteamiento de nuevas perspectivas ha llevado a los latinoamericanos a considerar una perspectiva más integrada, el comercio justo no es solo una estrategia de comercialización sino, de promoción de la producción local sustentable, generadora de empleo, brinda una relación de equidad entre mujeres y hombres, entre generaciones, movilización para el desarrollo. Hoy día, los actores que están protagonizando la defensa de los principios justos y solidarios.

## 1.4.2 Principios del comercio justo

Ilustración 4. Principio del Comercio Justo

La Organización Mundial del Comercio Justo establece criterios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo:



Fuente: (Andrade Egas, 2017).

La Organización Mundial del Comercio Justo establece criterios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo, esta organización cuenta con un plan de acción para llevarlo a cabo su objetivo, es pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica propia. El comercio justo considero a muchos productores responsables a impulsar la sustentabilidad de la cadena de valor como base de la relación comercial justa y equitativa.

### **Primero: Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.**

Ilustración 5. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.



Productores con desventajas económicas, agrupados en asociatividad, en cooperativas o independientes

La creación de oportunidades mediante el comercio justo constituye una oportunidad para los productores, el apoyo a los pequeños productores marginados ya sean empresas familiares independientes, o agrupados en asociaciones o cooperativas, su objetivo es pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica equitativa.

La organización cuenta con un plan de acción para llevarlo a cabo, con transparencia en su gestión y en sus relaciones comerciales, que le es proporcionada medios apropiados

y participativos para involucrar a todos en sus procesos de toma de decisiones. Asegura que la información pertinente sea proporcionada a todos sus socios, comerciales, canales de comunicación abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro.

## **Segundo: Transparencia y responsabilidad.**

Ilustración 6. Transparencia y responsabilidad.



La transparencia y responsabilidad a nivel global ha tenido un crecimiento importante en los pequeños productores, cooperativas y sus familias,

La organización es transparente y responsable en su gestión y en sus relaciones comerciales ante sus grupos de interés y respeta la sensibilidad, confidencialidad de la información comercial que le es proporcionada. La organización encuentra medios apropiados y participativos para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones, asegurando que la información pertinente sea proporcionada a todos sus socios comerciales y que los canales de comunicación sean buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro.

La transparencia y responsabilidad a nivel global ha tenido un crecimiento importante en los pequeños productores, cooperativas y sus familias, esto les permite trabajar de forma digna y ganar su propio salario, trabajando con transparencia en las prácticas comerciales.

### Tercero: Prácticas comerciales justas.

Ilustración 7. Prácticas comerciales justas.



Los compradores de Comercio Justo reconocen las desventajas financieras que los productores y proveedores enfrentan

La población ecuatoriana se encuentra estrechamente ligada con el modelo de economía popular y solidaria (EPS), el EPS es responsable en el cumplimiento de sus compromisos, bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados.

Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas, los compradores de Comercio Justo reconocen las desventajas financieras que los productores y proveedores enfrentan, aseguran que los pedidos sean pagados al recibir los documentos, de acuerdo con las guías adjunto, cuando los proveedores del comercio justo reciben un prepago de los compradores, ellos aseguran que este pago sea transferido a los productores o agricultores que hacen o desarrollan sus productos de Comercio Justo.

Las prácticas comerciales justas brindan una seguridad en esta era tecnológica, los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos, cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garanti-

zada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega, aseguran que una compensación sea proporcionada cuando las cualidades y las cantidades entregadas no coinciden con lo facturado.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo, las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y el valor, la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos.

La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal, se evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso. El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios a un precio justo.

#### **Cuarto: Pago de un precio justo.**

Ilustración 8. Pago de un precio justo.

Cuando las estructuras de precio de Comercio Justo, estos son utilizados como para establecer un precio justo, para asegurar bienestar en las familias.



Pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto) considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres.

Las organizaciones de Comercio y de Importación de Comercio Justo apoyan el desarrollo de capacidades según sea necesario a los productores, que les permita un precio justo, aquel que ha sido establecido de mutuo acuerdo por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado.

### **Quinto: Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.**

Ilustración 9. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.



La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre el empleo de los niños.

Se trata de un fenómeno inevitable por la precaria situación económica que atraviesan muchas familias, lo que indica que todos sus miembros deben contribuir, especialmente de forma económica.

La organización asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra y/o miembros o trabajadores a domicilio, estas organizaciones compran productos de Comercio Justo de

los grupos de productores ya sea directamente o a través de intermediarios aseguran que no se utiliza el trabajo forzoso en la producción y los productores cumplen con la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos del niño.

Según la ley nacional/local sobre el empleo de los niños, cualquier participación de niños en la producción de artículos de comercio justo (incluyendo el aprendizaje de un arte tradicional o artesanal) siempre es comunicada y monitoreada y no afecta negativamente al bienestar, la seguridad, los requisitos educativos y la necesidad de jugar de los niños.

Los empleos disponibles están siendo ocupados por niños y adolescentes, están siendo ocultados por las consecuencias legales que pueden tener las organizaciones, este problema en niños y adolescentes se agudiza cuando no tiene un nivel de estudio.

### **Sexto: Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).**

Ilustración 10. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).



La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, jubilación, raza, origen nacional, religión, discapacidad, orientación sexual, afiliación política, sida, estatus o edad.

La organización proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización. La organización toma en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas, madres en periodo de lactancia. Las mujeres participan plenamente en las decisiones concernientes al uso de los beneficios resultantes del proceso de producción.

La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar asociaciones y afiliarse a sindicatos de su elección y a negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos, la negociación colectiva está restringido por la ley y/o el medio ambiente político, la organización permitirá medios de asociación independiente, libre y la negociación para los empleados.

La organización asegura que los representantes de los empleados no son objeto de discriminación en el lugar de trabajo. Las organizaciones que trabajan directamente con los productores aseguran que las mujeres siempre sean retribuidas por su contribución al proceso de producción, y cuando las mujeres hacen el mismo trabajo que los hombres se les pague la misma tarifa que a los hombres.

Estos organismos buscan garantizar que, en situaciones de producción se valore menos el trabajo femenino que el trabajo de los hombres, el trabajo de las mujeres sea revaloradas para igualar las tarifas de remuneración y a las mujeres se les permita llevar a cabo trabajos de acuerdo a sus capacidades.

### **Séptimo: Asegurar buenas condiciones de trabajo.**

La organización proporciona un entorno de trabajo seguro, saludable para los empleados y sus miembros, con las leyes nacionales, locales y convenios de la OIT sobre salud y seguridad. Las horas de trabajo y las condiciones para los empleados cumplen con las condiciones establecidas por las legis-

laciones nacionales, locales y convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo son conscientes de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores, buscan, de manera permanente, crear conciencia sobre temas de salud, seguridad y mejorar las prácticas de estas áreas a los grupos de productores.

### **Octavo: Facilitar el desarrollo de capacidades.**

Ilustración 11. Facilitar el desarrollo de capacidades.



Organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo

La organización tiene por objeto aumentar los efectos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo, estas desarrollan habilidades, capacidades y actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, producción y el acceso a los mercados locales, regionales o internacionales de Comercio Justo.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo, asisten a estas organizaciones para desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes trabajan.

## Noveno: Promoción del comercio justo.

Ilustración 12. Promoción del Comercio Justo.



Desafío para desarrollar una metodología efectiva para promover los productos de comercio justo

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Las actividades de Comercio justo ofrecen a sus clientes información sobre los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o socios que elaboran o cosechan los productos.

Se utilizan siempre técnicas honestas de promoción, comercialización y publicidad, tal es el caso de las universidades que apoyan el comercio justo y el consumo responsable en nuestra sociedad, esta organización tiene como objetivo crear una red de universidades que apoyan el comercio justo, a través de varias actividades académicas de extensión social y vinculación de pequeños productores de comercio justo, como es el caso de la Universidad Técnica de Machala, con los productores de UROCAL, en el proyecto de vinculación.

## Decimo: Respeto por el medio ambiente.

Ilustración 13. Respeto por el medio ambiente.



Los productores de productos agrícolas de Comercio Justo minimizan sus impactos ambientales.

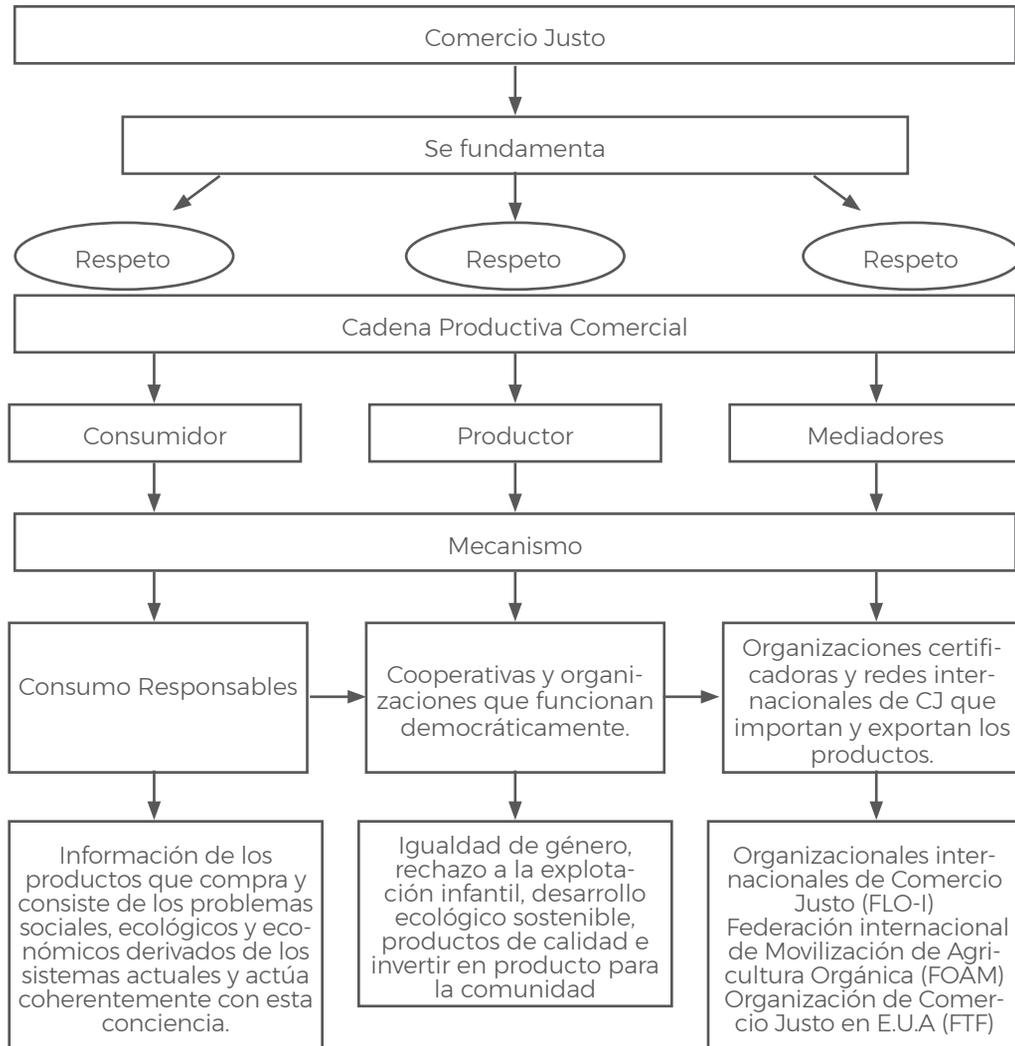
Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de fuentes gestionadas en forma sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y en lo posible las tecnologías de uso de energías renovables que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero.

Ellos tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente, los productores utilizan plaguicidas orgánicos o de bajo uso de pesticidas en los métodos de producción siempre que sea posible. Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas que se originan a partir de fuentes gestionadas sostenible con el menor impacto global sobre el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y los productos son enviados por mar, siempre que sea posible (Andrade Egas, 2017).

### 1.4.3 Reseña histórica de la economía social y solidaria.

Gráfico 2. Circuitos de Comercio Justo



Fuente: (Andrade Egas, 2017).

Fue el primer concepto en el siglo XVIII, para denominar a aquellas experiencias que estaban surgiendo en paralelo al desarrollo del capitalismo y que fueron las primeras cooperativas, mutualista y asociaciones. Son muchas las organizaciones que representan o estudian a la economía social, una de las más respetadas es el CIRIEC-Internacional, que ha establecido una de las definiciones más amplias y respaldadas institucionalmente.

El enfoque económico y solidario surgió en paralelo al desarrollo del capitalismo, luego en el continente europeo toma un mayor empuje, como resultado de la crisis económica y financiera provocada por la segunda guerra mundial, en los años 1930, académicos de la universidad alemana de Freiburg, difunden una serie de publicaciones que titulaban orden y la Economía, en estas publicaciones se resaltaba que las reglas de esta economía estaban basadas en la libertad individual, sino que también formaban parte de la oposición académica al régimen Nazis este enfoque se dispersa por todo el mundo.

La Economía Social y Solidaria ha nacido y se ha desarrollado con el propósito de crear nuevos modelos para procesos económicos que involucran, principalmente, a productores y productoras en pequeña escala, generalmente, en situación de desventaja. Estos modelos proponen una mirada crítica al hegemónico regido exclusivamente por la lógica de la rentabilidad, tanto en los aspectos sociales como ambientales, y centran sus acciones en valores como solidaridad, equidad, justicia, reciprocidad, transparencia, entre otros.

Latinoamérica, marcada por desigualdades socioeconómicas que producen pobreza, exclusión, deterioro ambiental y otras miserias, es un escenario propicio en el movimiento, tanto en sus consideraciones conceptuales como prácticas, crecen y se difundan en forma dinámica, creativa, articulándose y complementándose mutuamente.

Una de sus estrategias de comercialización: las tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo, las cuales, promovidas inicialmente por países del norte - especialmente de Europa

y Estados Unidos - han desarrollado características propias en nuestra región y también han iniciado un proceso de articulación e intercambio desde diversos países. Estas tiendas, además del intercambio de productos, buscan el intercambio de vivencias, marcadas por la diversidad cultural, entre productores y consumidores.

El Comercio Justo y la Economía Solidaria, dos movimientos que se encuentran para proponer alternativas frente a las inequidades, el individualismo y la exclusión, nos acercan a la esperanza y nos fortalecen en la certeza de que otro mundo es posible, y está ocurriendo ahora.

## Referencia bibliográfica

---

- Andrade Egas, F. (2017). *Comercio justo o economía solidaria*. AFESE, 103-118.
- Briceño, J. (2013). *Ejes y modelos en la etapa actual de la integración económica regional en América Latina*. Estudios internacionales (Santiago), 45(175), 9-39. doi:10.5354/0719-3769.2013.27352.
- Cardozo Cuenca, H. (2016). *Auditoria del Sector Solidario*. En H. Cardozo Cuenca, ECOE eiciones (págs. 2-8).
- Cattani, A. D. (2003). *La otra economía: los concepto esenciales*. Fundancio OSDE, 23-30.
- Chavez, R., & Monzon, J. (2001). *Economía Social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas*. CIRIEC, 7-33.
- Moenne B., K. (2010). *El concepto de solidaridad*. Revista Chilena de Radiología, 51.
- Müller, A., Erhard, L., & Herzog, B. (2011). *Una mirada a la teoría, a los modelos económicos, a las bases conceptuales y al modelo de la "economía social de mercado"*. Bolivia: GrafPress S.R.L.
- Sam, O. (2011). *¿Qué son los modelos económicos? Cómo tratan de simular la realidad los economistas*. Finanzas y Desarrollo, 46-47.
- Sarwat Jahan, A. S. (2014). *¿Qué es la economía keynesiana?* Finanzas & Desarrollo .

*Modelo económico justo y solidario*

Edición digital 2017 - 2018.

[www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

# Redes

Redes es la materialización del diálogo académico y propositivo entre investigadores de la UTMACH y de otras universidades iberoamericanas, que busca ofrecer respuestas glocalizadas a los requerimientos sociales y científicos. Los diversos textos de esta colección, tienen un espíritu crítico, constructivo y colaborativo. Ellos plasman alternativas novedosas para resignificar la pertinencia de nuestra investigación. Desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades, Redes sintetiza policromías conceptuales que nos recuerdan, de forma empeñosa, la complejidad de los objetos construidos y la creatividad de sus autores para tratar temas de acalorada actualidad y de demanda creciente; por ello, cada interrogante y respuesta que se encierra en estas líneas, forman una trama que, sin lugar a dudas, inervará su sistema cognitivo, convirtiéndolo en un nodo de esta urdimbre de saberes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
Editorial UTMACH  
Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje  
[www.investigacion.utmachala.edu.ec](http://www.investigacion.utmachala.edu.ec) / [www.utmachala.edu.ec](http://www.utmachala.edu.ec)

