

## COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE

M.Sc. Pastor Emilio Pérez Villa

[pastor.perez@campusucc.edu.co](mailto:pastor.perez@campusucc.edu.co)

### Resumen

El Comercio Justo (CJ)<sup>1</sup> se distingue desde el transcurso del siglo pasado y, ahora su concepto e institucionalidad cobran un auge especial unido al Consumo Responsable (CR)<sup>2</sup>. Se le conoce, también, como Comercio Equitativo o Alternativo puesto que se manifiesta como manera electiva de comercialización iniciada por ONG<sup>3</sup> y por la ONU<sup>4</sup>.

Conforme con la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, siglas en inglés)<sup>5</sup>, este inicia como movimiento en los años 40s-50s en Estados Unidos con el propósito de apoyar producción de artesanos locales en su competencia con los bajos precios de grandes empresas. En Europa surge en la década de los 50s, unido a la ONG Oxfam (Reino Unido), organización que comercializaba productos artesanales hechos por refugiados chinos. Solo hasta 1964 se constituye la primera Organización de CJ. En los años 60s y 70s se crean organizaciones en África, Latinoamérica y Asia, aunque el apogeo del movimiento se dio en los años 70s y 80s. En 1989 se crea la WFTO con la intención de optimizar las situaciones de productores para competir imparcialmente en el mercado, con similares entornos y beneficios; además, estableció 10 Principios que las Organizaciones de CJ deben tener en cuenta. Por lo anterior es fundamental conocer sobre el CJ y su aliado el CR.

### Introducción

El presente documento describe algunas particularidades del CJ. La práctica de este se configura en 1964 mediante la UNCTAD<sup>6</sup>, dando inicios con prácticas a través de negocios solidarios en naciones como: Alemania, Francia, Suiza, Italia, Suecia, Gran Bretaña y Grecia.

Este modelo engloba disposiciones de carácter individual y generales con relación a la sostenibilidad de recursos naturales con la finalidad de optimizar realidades de calidad de vida, principalmente, en localidades pobres.

La decisión de compra en un sitio determinado está en función de costumbres, formas de pensar y actuar; sin embargo, últimamente el CJ ha logrado validez mediante tres aspectos: campañas de cuidado del medio ambiente; demanda de un CR y el hecho de que, hoy en día dentro del comercio,

---

<sup>1</sup> Comercio Justo, en el documento en adelante CJ.

<sup>2</sup> Consumo Responsable, en el documento en adelante CR.

<sup>3</sup> Organización No Gubernamental (ONG): entidad de actividad social con propósitos humanitarios, sin ánimo de lucro y autónoma de gobiernos.

<sup>4</sup> Organización de Naciones Unidas (ONU): constituida por países, con la intención de solucionar problemas que afectan a la humanidad; además, promover la paz y la seguridad a nivel global.

<sup>5</sup> Organización Mundial del Comercio Justo, en el documento en adelante WFTO.

<sup>6</sup> Conferencia de Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

existe la disposición de mercados en vía de desarrollo para adquirir bienes con el sello Free Trade (FT) para así apoyar a poblaciones vulnerables y a productores de estos países.

### **Contrastes entre consumo y consumismo**

**Consumo.** - Forma de satisfacer necesidades humanas mediante el uso de bienes y servicios. El consumo se relaciona con los recursos finitos, puesto que cada vez que alguien consume un producto o un servicio, disminuye la cantidad de estos recursos. Aunque algunas formas de consumo son comunes a nivel mundial se observan tendencias globales emergentes. El consumo influye directamente en el medio ambiente durante su producción y disposición final, Por lo tanto, desarrollar prácticas sostenibles es crucial.

**Consumismo.** - Tendencia de comprar y acumular bienes y servicios en mayor medida de lo que realmente necesitamos. Está directamente relacionado con el materialismo, la necesidad de poseer objetos para aumentar la sensación de satisfacción personal. Este fenómeno tiene profundas implicaciones sociales, económicas y ambientales. El consumismo es un estilo de vida centrado en la adquisición y acumulación de productos; incluso cuando no hay necesidad. El consumismo trae implicaciones económicas ya que se gasta más dinero incurriendo en cargos financieros.

**Analogías entre consumo y consumismo.** - Consumo y consumismo son términos similares, ya que el primero forma parte de la base del segundo. Sin consumidores no hay consumismo. El consumo, como tal, es la acción de hacer uso de algo para satisfacer un deseo o necesidad; mientras que el consumismo, es un fenómeno sociológico relacionado con cambios en los hábitos de compra, caracterizados por el excesivo interés en adquirir productos materiales.

**Diferencias entre consumo y consumismo.** - El primero es la obtención de bienes o servicios para cubrir necesidades. El consumismo, por el contrario, es el exceso de compras sin planificación, motivado por el deseo de poseer y disfrutar más productos; lo anterior, conlleva al endeudamiento financiero.

### **Consumo Responsable**

Se rige por tres pilares fundamentales: Ecología, Solidaridad y Ética y, consiste en llevar a cabo elecciones conscientes al momento de la compra de productos y servicios; para lo cual es necesario tener en cuenta su impacto ambiental, social y económico; igualmente, reflexionando sobre el origen de los productos, su producción, transporte y cómo se abandonan, así como los ambientes de trabajo de quienes los elaboran y el impacto en la comunidad.

Para Soraya Husain-Talero y Otros (2021), el CJ y el CR son prácticas generadoras de igualdad, justicia social y, conllevan a una mejora de la habitabilidad de los participantes en el transcurso del ejercicio comercial y de consumo.

## **Obsolescencia**

Surge cuando un producto o bien entra en desuso, es decir, que ha cumplido con su vida útil y, lo anterior inicia al finalizar el tiempo proyectado por el fabricante. La obsolescencia se debe a causas, como:

- Innovación.
- Investigación y Desarrollo.
- Caducidad.
- Agotamiento de Vida Útil.
- Discrepancias con Nuevos Productos.
- Quitar del Catálogo.
- Falta de Repuestos.

### **Tipos de Obsolescencia**

1. **Programada.** - Se manifiesta cuando la empresa, al originar un producto, predice el rango de vida útil del mismo, con el objetivo de proyectar su desgaste o fractura; para obviar reparaciones sin perjudicar su marca y, originando la adquisición de su nueva mercancía, cuando esta deja de funcionar adecuadamente. Ejemplo: los electrodomésticos.

2. **Percibida.** - Es la obsolescencia producida cuando la empresa, cada cierto tiempo, cambia insubstancialmente el exterior del bien. Así causa que el cliente adquiera de nuevo el bien, urdiendo que el primero quedo atrasado. Es una forma eficaz para obtener una rotación permanente. Ejemplo: el sector textil.

3. **De Especulación.** - Es cuando la empresa lanza un producto, pero va adicionando mejoras al mismo, a través del tiempo, con el fin de impulsar su venta. La empresa estimula la venta del producto, en función de las renovaciones que hace al mismo. Ejemplo: ordenadores, móviles o tabletas.

El CJ es una práctica útil y beneficiosa para la sociedad y el planeta. Es una Alternativa social, económica y sostenible que procura prosperidad y porvenir a las personas y comunidades productoras, asegurando sus Derechos Laborales y protegiendo el medio ambiente, fuente de recursos naturales para la humanidad.

Consumir de forma consciente o responsable consiste en reflexionar sobre nuestros hábitos de consumo y nuestras elecciones a la hora de consumir un producto, bien o servicio. Es importante saber escoger y por tanto ser conscientes de que nuestras elecciones repercuten tanto en la sociedad como en el medio ambiente. Por ello debemos observar la “conducta” de la empresa a la hora de producirlos.

El CJ es un sistema comercial solidario y alternativo, cuya intención es lograr el desarrollo sostenible y luchar contra las desigualdades. Se fundamenta en diez (10) Principios que hacen referencia a aspectos laborales, sociales, medioambientales y de desarrollo humano.

Hoy en día el CJ es un movimiento internacional que busca cambiar las arbitrarias normas del comercio internacional, las cuales redundan en pobreza y desigualdad. A partir de una decisión de la WFTO, iniciada en 2001, el segundo sábado de Mayo conmemoramos el Día del CJ. En este Día proclamamos este modelo que garantiza los derechos humanos laborales y el cuidado del planeta.

Individualmente, para interpretar un consumo más sensato y crítico, podemos: consumir menos, es decir, adquirir solo lo que precisamos como necesidad.

La WFTO determina que los productos de CJ son todos los que respetan cualquiera de estos dos garantías:

- 1.- Fue fabricado por una organización integrante WFTO.



Fuente: <https://www.wfto-la.org/>

Para que una organización productor logre ser miembros de la WFTO deben estar acreditada, es decir, cumplir los 10 Principios del CJ. La acreditación, como sistema, lleva consigo autoevaluación, auditoría externa y evaluaciones por distintas instituciones participantes y, periódicamente se inspecciona.

Las organizaciones de la WFTO admiten etiquetas, con el sello de CJ, impresas en la envoltura del artículo y demostrar así la observancia de los 10 Principios.

- 2.- Posee alguna de las certificaciones garantizadas por la WFTO



Fuente: <https://comerciojusto.org/como-puedo-reconocer-un-producto-de-comercio-justo/>

## **Principios del CJ**

Este decálogo fue ratificado por más de 400 entidades miembro de la WFTO.



Fuente: <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

### **CJ y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

Los informes emitidos por la ONU plantean que la pobreza se mantiene, aunque en algunos territorios ha disminuido. Mas del 12% de los habitantes del planeta tienen necesidades fundamentales insatisfechas; a lo anterior, se agrega el incremento de la desigualdad. Con la finalidad de combatir este contexto y, lograr una vida digna para todos, 193 países firmaron los ODS en el 2015. Estos poseen 17 Metas para alcanzarlos antes de 2030. El CJ, mediante sus diez Principios, coadyuva al avance y cumplimiento de los ODS.

El CJ como los ODS coinciden no solo en la intención, sino también en dos (2) propósitos esenciales

1. **La Perspectiva Integral:** intuyen el concepto de desarrollo no solo económico, sino que engloban aspectos humanos, sociales y ecológicos.
2. **La Estrategia de Trabajo en Red:** establecer alianzas entre diversos demandantes buscando luchar contra la miseria y el desequilibrio social.

Los 10 Principios del CJ están incorporados a 8 de los 17 ODS:



#### **OBJETIVO 1**

Acabar con la pobreza en todas sus formas en todas partes.



#### **OBJETIVO 2**

Acabar con el hambre, lograr la seguridad alimentaria y una mejor nutrición y promover la agricultura sostenible.



#### **OBJETIVO 5**

Lograr la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y las niñas.



#### **OBJETIVO 8**

Promover el crecimiento sostenido, inclusivo y económico sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.



#### **OBJETIVO 12**

Asegurar patrones de consumo y producción sostenibles.



#### **OBJETIVO 13**

Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos.



#### **OBJETIVO 16**

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir instituciones eficaces, responsables e inclusivas en todos los niveles.



#### **OBJETIVO 17**

Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Fuente: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/>

### **Bibliografía**

Comercio justo y consumo responsable / Reina Helena Rodríguez, Armando Alfaro Valero, Obed Alfonso Fragozo Manjarez... [y otros 4].; compiladores Soraya Husain-Talero y Emma Ávila Garavito. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO, 2021.

Coordinadora estatal de Comercio justo. (2018). *Cuaderno de Comercio Justo*. Madrid, España: AdvantiaComunicación Gráfica.

Naciones Unidas (2015). Informe sobre desarrollo humano 2015 <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr/2015-human-development-report.html>

Organización Mundial del Comercio. (2018). Incorporar el comercio para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Ginebra, Suiza: Secretaría de la Organización Mundial del Comercio.