

**9° ENCUENTRO DE PROFESORES  
DE ASIGNATURAS JURÍDICAS EN  
FACULTADES DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS**



**28 de Junio 2019**



**“EL ROL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE LOMAS DE ZAMORA COMO PROMOTORA DE  
UN MODELO ADECUADO DE COMERCIO JUSTO  
EN LA REGIÓN”**

**Autor: Esp. CP/LA FABIANA ANDREA MACEIRAS**

**Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Nacional de Lomas de Zamora**

**Eje temático N°2: Investigación**

# ¿Qué es el Comercio Justo?

El Comercio Justo (Fair Trade en inglés) es una sociedad comercial basada en el **diálogo, la transparencia y el respeto**, que tiene como finalidad lograr mayor equidad en el comercio internacional.

El Comercio Justo contribuye al **desarrollo sostenible** ofreciendo mejores condiciones comerciales para productores y trabajadores que se encuentren en desventaja, especialmente en los países del hemisferio sur, a la vez que intenta asegurar sus derechos.

Las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por sus consumidores) están activamente comprometidas en apoyar a los productores con el fin de concienciar y hacer campaña a favor de un cambio en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.



# Propósito estratégico del Comercio Justo

Trabajar deliberadamente con productores y trabajadores marginales para ayudarlos a pasar de una posición vulnerable a **una posición económicamente independiente y segura.**

Fortalecer a los productores y trabajadores para que sean **parte activa** en las organizaciones a las que pertenecen.

Desempeñar activamente un papel más amplio a nivel mundial para **lograr mayor igualdad en el comercio internacional.**



# Evolución del Comercio Justo



- El concepto de Comercio justo existe desde los años 1940
- El movimiento comienza en America Latina en los años 1970
- En los años 90 se creo la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, así como Fairtrade Labelling Organizations (FLO)



# SOSTENIBILIDAD

## PRINCIPIOS

1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica.
2. Transparencia y responsabilidad
3. Pago de un precio justo
4. Prácticas comerciales justas
5. Desarrollo de capacidades.
6. No al trabajo infantil, no al trabajo forzado.
7. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación.
8. Asegurar buenas condiciones de trabajo.
9. Promoción de comercio justo.
10. Respeto con el medio ambiente.



1 OPORTUNIDADES  
PARA PRODUCTORES  
DESAVORECIDOS



2 TRANSPARENCIA Y  
RESPONSABILIDAD



3 PRÁCTICAS  
COMERCIALES JUSTAS



4 PAGO JUSTO



5 NO AL TRABAJO INFANTIL,  
NO AL TRABAJO FORZOSO



LOS DIEZ  
PRINCIPIOS  
DE  
COMERCIO JUSTO

6 NO A LA DISCRIMINACIÓN,  
IGUALDAD DE GÉNERO,  
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN



7 BUENAS CONDICIONES  
DE TRABAJO



8 DESARROLLO DE  
CAPACIDADES



9 PROMOCIÓN DEL  
COMERCIO JUSTO



10 RESPETO AL  
MEDIO AMBIENTE



# ESTRUCTURA DEL COMERCIO JUSTO

## JUSTO



# FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El Comercio Justo como práctica transformadora permite distribuir equitativamente la riqueza y facilitar mayores oportunidades de desarrollo a los países que participan de la cadena comercial (por estar el beneficio mejor repartido entre los diferentes eslabones de la cadena.)



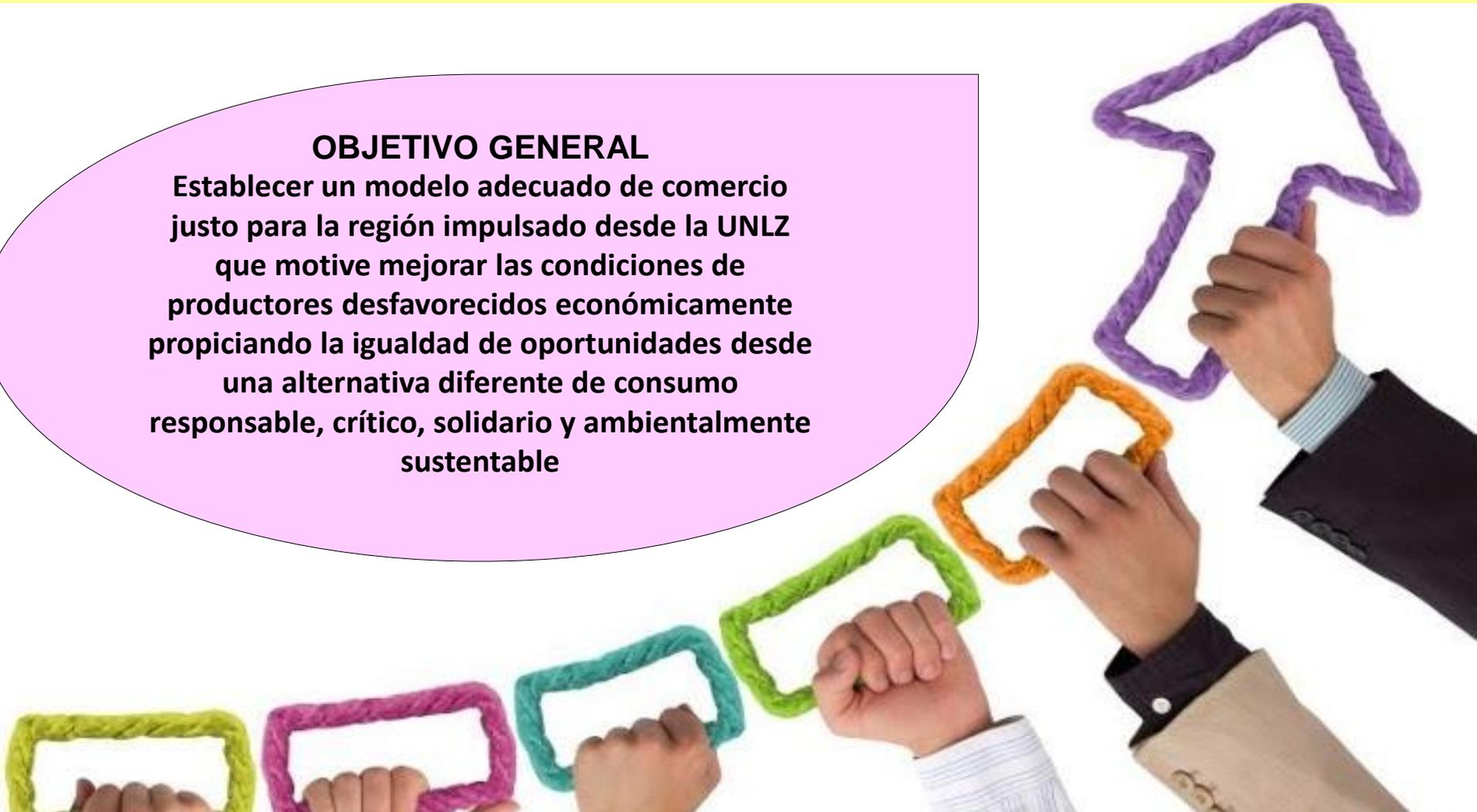
# RELEVANCIA DEL PROYECTO

## HIPOTESIS DE TRABAJO

**Un modelo de comercio justo es un generador de oportunidades de desarrollo para productores con desventajas económicas de la región.**

### OBJETIVO GENERAL

**Establecer un modelo adecuado de comercio justo para la región impulsado desde la UNLZ que motive mejorar las condiciones de productores desfavorecidos económicamente propiciando la igualdad de oportunidades desde una alternativa diferente de consumo responsable, crítico, solidario y ambientalmente sustentable**



## Etapas del Proyecto



### 1º Etapa:

Revisión y exploración bibliográfica.

Formulación del modelo de comercio justo adecuado.

Diseño de instrumentos de relevamiento de datos.

Identificación de las variables vinculadas a las malas prácticas de consumo, comerciales y productivas.

Construcción de los instrumentos de análisis y de la encuesta.

Administración de la encuesta.

### 2º Etapa:

Relevamiento virtual de las opciones de capacitación y empleo disponibles en la región.

Desarrollo del dispositivo de promoción destinado a la difusión del comercio justo adaptado

Diseño de una metodología de acceso y adaptabilidad para iniciar la aplicación del modelo de comercio justo adaptado a los pequeños productores, trabajadores y emprendedores locales desfavorecidos económicamente.

### 3º Etapa:

Propuesta de creación de un Observatorio y una Clínica de asesoramiento para el desarrollo de iniciativas económicamente sustentables

## MATERIALES Y MÉTODOS

### **UNIVERSO EN ESTUDIO**

Estará constituido por pequeños productores, trabajadores y emprendedores desfavorecidos económicamente pertenecientes a la región sur del conurbano bonaerense

**Equipo interdisciplinario, docentes y alumnos**

Encuestas administradas por los estudiantes de esta unidad académica para lograr de conocer la cantidad de emprendedores y micro-productores en la zona de influencia de la UNLZ que se encuentran en condiciones desfavorecidas

Se recopilara información en las cámaras de comercio e industrias, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), Instituto Municipal de la Producción el Trabajo y Comercio Exterior (IMPTCE – Municipio de Lomas de Zamora) y organismos públicos de los ámbitos provinciales y nacionales. De igual modo se buscara información para determinar la situación actual del trabajo infantil en la región

Se usaran métodos estadísticos descriptivos e inferenciales.  
Análisis de asociación  
Análisis descriptivo  
Métodos de prueba de hipótesis.

**Impulsar la creación de una “clínica de asesoramiento técnico -estratégico” con el objetivo de colaborar, asesorar y dar a conocer las alternativas del comercio justo a pequeños productores, comerciantes y trabajadores desfavorecidos económicamente de nuestra region.**

**Proponer la creación de un observatorio para el desarrollo de iniciativas económicamente sustentables que aporte al sector de pequeños productores herramientas e informes que le posibiliten capacitación accesible logrando así poder gestionar con información relevante y accesible a fin de garantizar igualdad de oportunidades**





*Lo único imposible  
es aquello que no  
intentas .....*

*anónimo*



**POR SU ATENCIÓN**

*fabianamaceiras@hotmail.com*



[economicas@unlz.edu.ar](mailto:economicas@unlz.edu.ar)



**UNLZ - Facultad de Ciencias Económicas**



[@economicas\\_unlz](https://twitter.com/economicas_unlz)



**EconomicasUNLZ**