

# Comercio Justo, Universidad y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

David Comet, Politólogo. *Coordinador de la campaña de Universidades por el Comercio Justo de IDEAS.*

## 1. Introducción

El pasado 25 de septiembre de 2015 la **Asamblea General de las Naciones Unidas** aprobaba su nueva agenda política, social y económica, con 17 objetivos y 169 metas a alcanzar en 2030. Centrada en promover un modelo de Desarrollo Sostenible, ha sido popularizada como **Agenda 2030**<sup>1</sup>. La Asamblea fue precedida por una evaluación de la agenda previa, la de los conocidos como **Objetivos de Desarrollo del Milenio** (aprobada en el año 2000) que, entre otras muchas cosas, pretendían reducir a la mitad la pobreza extrema, o detener la expansión de enfermedades como el paludismo. La comunidad internacional quedó con un regusto agrisado al haber conseguido parte de sus objetivos, como el de reducir la pobreza extrema a la mitad o el de detener algunas enfermedades, pero asumiendo que el mundo se había convertido en un lugar más desigual. Según denunciaba **Intermón Oxfam** a comienzos de 2015, el 1% más rico del mundo tenía más riqueza que el resto de la población mundial, es decir, disfrutaban del 50% de la riqueza existente<sup>2</sup>.

Y es que la brecha entre ricos y pobres se ha ido abriendo durante la última crisis económica (a la que acompañan otras crisis como la política, social, la ecológica, etc.). Las medidas políticas generalizadas durante la crisis, y aplicadas por muchos gobiernos del mundo, centradas en el recorte de derechos y de prestaciones sociales, han tenido un efecto multiplicador: conseguir que haya más personas ricas y, a su vez, más pobres; en España, por ejemplo, la diferencia entre los ingresos del 20% más pobre y el 20% más rico se ha incrementado en un 30% en los últimos años.<sup>3</sup> Ello evidencia que la Política debe ganarle terreno a la economía, y que es necesario reforzar derechos sociales que posibiliten condiciones de vida digna y un desarrollo pleno a cualquier persona y/o colectivo.

Afortunadamente, la recién aprobada Agenda de Naciones Unidas para 2030 ha puesto de manifiesto que la comunidad internacional está decidida “a poner fin a la pobreza y el hambre en todo el mundo de aquí a 2030, a combatir las desigualdades dentro de los países y entre ellos, a construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas, a proteger los derechos humanos y promover la igualdad entre los

---

1 NACIONES UNIDAS (2015). “*La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*”. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollosostenible/>

2 OXFAM INTERMÓN (2015). “*El 1% más rico tendrá más que el resto de la población mundial en 2016*”. Noticia publicada el 19 de enero de 2015. <https://www.oxfam.org/es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2015-01-19/el-1-mas-rico-tendra-mas-que-el-resto-de-la-poblacion>

3 CÁRITAS (2013) “*Desigualdad y Derechos Sociales*”. Revista Análisis y Perspectivas 2013. Madrid, Cáritas. p. 6.

géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas, y a garantizar una protección duradera del planeta y sus recursos naturales” marcando claramente un camino: luchar contra todas las desigualdades. Desde mi punto de vista esa lucha pasa, necesariamente, por una distribución más equitativa de la riqueza mundial.

La idea de distribución equitativa no pasa, a mi entender, por sistemas igualitaristas, sino por políticas y mecanismos de relaciones sociales, políticas y económicas que, por una parte, aseguren el acceso a los recursos vitales básicos a toda la población, y por otra, den suficientes oportunidades para el progreso personal y colectivo, asegurando que nadie pueda enriquecerse o mejorar su situación a costa del perjuicio de otras personas, la degradación del medio ambiente o una legalidad discriminatoria. Todo ello a sabiendas de que los recursos naturales son finitos y no están simétricamente repartidos por el planeta, que todas las sociedades no tienen las mismas necesidades, que existen diferentes culturas, y que los ecosistemas tienen un delicado equilibrio que afecta sobremanera a las dinámicas climáticas, sobre la biodiversidad o nuestros cultivos, entre otros.

## **2. Los ODS: un consumo y una producción responsable para un desarrollo sostenible**

En lo relativo al modelo económico y de desarrollo, la Asamblea de Naciones Unidas ha establecido como Objetivo 12 la promoción de un consumo y una producción responsables, que guarden un equilibrio entre los tres factores que determinan la sostenibilidad de cualquier actividad: económico, social y ambiental. Principios éticos, sostenibles y solidarios aplicados al comercio internacional, como son los de Comercio Justo, representan un camino ya hecho que debería servir de referencia. 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).

Para las Naciones Unidas “el principal impacto ambiental de los alimentos se debe a la fase de producción (agricultura, elaboración de alimentos), los hogares influyen en ese impacto a través de sus opciones y hábitos alimentarios, con sus consiguientes efectos en el medio ambiente debido al consumo de energía y la generación de desechos relacionados con los alimentos”. Esta afirmación se hace a sabiendas de que si la población mundial llega a los 9.600 millones para 2050, harían falta casi 3 planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener el estilo de vida actual, lo cual es, a todas luces, insostenible.

En el Objetivo 8 para un “Crecimiento Económico Sostenido” se reconoce que “cerca de 2.200 millones de personas viven por debajo del umbral de pobreza de 2 dólares al día” y que la “la erradicación de la pobreza sólo es posible a través de empleos estables y bien remunerados”. Para ello la Organización de

las Naciones Unidas se ha marcado la meta de “aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, incluso en el contexto del Marco Integrado Mejorado de Asistencia Técnica Relacionada con el Comercio para los Países Menos Adelantados”. En este contexto el Comercio Justo, como red comercial equitativa, marca la diferencia respecto a otras formas de practicar el comercio internacional, convirtiéndose en la mejor forma de hacer intercambios comerciales más sostenibles y basados en el respeto mutuo. El Comercio Justo puede contribuir al cumplimiento de varias de las metas fijadas, por lo que la apuesta y apoyo por este modelo de comercio alternativo puede facilitar la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, con la puesta en marcha de políticas relativamente sencillas.

En conclusión, se hace imprescindible potenciar modelos de gestión empresarial basados en valores y principios vinculados a la cooperación, la solidaridad y la sostenibilidad que permitan consolidar referentes ejemplarizantes en el terreno económico para la sociedad, las empresas y las Administraciones Públicas; se debe transitar, progresivamente, hacia un desarrollo más acorde con los objetivos y metas que se ha marcado la comunidad internacional a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, reduciendo el impacto negativo sobre el medio ambiente y asegurando los derechos de las personas. Si existen ya modelos de gestión más sostenibles ¿por qué no apostar por ellos? Más allá de los intereses corporativos, si hablamos de sostenibilidad, debemos tener presente que debemos cambiar los valores que determinan la forma de entender la economía que tenemos en este momento. No hacerlo sería renegar de la aspiración colectiva de conseguir un mundo más justo, donde se posibilite a todo ser humano tener las suficientes oportunidades y recursos para garantizarse una vida digna, independientemente de su lugar de nacimiento que, al fin y al cabo, es un capricho del destino y no una opción individual. Y es que no reconocer que un modelo económico basado exclusivamente en la libertad de mercado que no garantice derechos, libertades y acceso a recursos básicos para la vida, produce graves distorsiones, desigualdades e injusticias en las relaciones políticas, sociales y laborales que, a la larga, sólo permiten condiciones de bienestar a una minoría social, la que controla el capital y disfruta de las libertades económicas. Se condena así a la mayoría a no tener sus mismas oportunidades y a pasar por esta vida sin posibilidad real acceder a mejores condiciones de vida. Por tanto se hace necesario que existan principios, valores y reglas básicas, como las que propone el Comercio Justo, para equilibrar y repartir equitativamente el beneficio que genera la cadena comercial; en definitiva, los eslabones no especulativos de la cadena productiva son esenciales para que todo funcione, desde el productor al consumidor.

### **3. El Comercio Justo: una alternativa comercial para la lucha contra las desigualdades**

El Comercio Justo como movimiento y práctica comercial está basado en principios que permiten que todos los agentes de la cadena comercial se beneficien de su relación. Para ello el Comercio Justo

establece reglas como son las de precios mínimos para las materias primas, posibilitando una mejor posición de negociación al productor frente al comprador internacional y evitando las situaciones de perjuicio, vulnerabilidad y dependencia que se dan en el mercado convencional, muy influido por la especulación y por una concentración de la compra en pocas empresas multinacionales. Otros principios como el respeto a los derechos laborales básicos, fijados por la Organización Internacional del Trabajo a través de sus Convenios Fundamentales, el aseguramiento de condiciones equitativas entre mujer y hombre, o el respeto medioambiental, facilitan la distribución equitativa de la riqueza y las condiciones necesarias para un desarrollo humano pleno, tanto en lo personal como en lo social.

Los mecanismos de protección de la producción facilitan un mayor empoderamiento de las comunidades productoras, especialmente de las más pequeñas, y también de las personas trabajadoras, asegurando una mayor democracia económica que equilibra los intereses de productores, distribuidores comerciales y personas consumidoras, y desplazando así el papel central y preponderante que tienen actualmente las empresas multinacionales. Este poder, basado en la concentración de capitales, ha permitido a estas compañías tener una influencia política desmesurada sobre las decisiones de los gobiernos, posibilitándoles normativas favorables a su actividad pero perjudiciales, en muchas ocasiones, para el resto de la sociedad.

El ejercicio del Comercio Justo se pone en práctica, especialmente, en las relaciones de comercio internacional, desde donde surge la idea en los años 60 de contribuir a un desarrollo económico de los países empobrecidos a través de la reversión de las reglas de comercio internacional; hasta ese momento (y hasta la actualidad) habían estado definidas por las grandes potencias económicas, que eran las únicas con capacidad de imponerlas a terceros, muy dependientes de la exportación.<sup>4</sup> En 1964, la **Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)** realizó su primera reunión bajo el lema **Comercio, no ayuda**, en donde se definieron una serie de propuestas a favor de nuevas relaciones entre los países ricos y los empobrecidos por la práctica de un intercambio desigual y la explotación de sus recursos. Por ello, el Comercio Justo es algo más que una política de promoción del Desarrollo Sostenible, es además una política de cooperación internacional que permite incidir en el desarrollo social, político y económico de otros países en base a la promoción de los Derechos Humanos. Por tanto, es una herramienta completísima para su encaje en las políticas de responsabilidad social de las empresas y las entidades del sector público.

En lo concreto, la práctica del Comercio Justo implica lo siguiente<sup>5</sup>:

---

4 CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (2006). "Guía sobre Comercio Justo". Madrid. Ed. CECU. p. 7.

5 Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo sobre comercio justo y desarrollo (2005/2245(INI)).

- a) un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,
- b) parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,
- c) una relación estable y a largo plazo con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo,
- d) transparencia y rastreabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,
- e) unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)**,
- f) el respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social,
- g) programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo,
- h) el respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de productores,
- i) actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional,
- j) el seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación,
- k) evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el comercio justo;

Se trata, como se puede ver, de condiciones razonables para las relaciones comerciales que, además

de garantizar una negociación beneficiosa para todas las partes, aseguran que se respeta algo más importante: los derechos que amparan a las personas, el medio ambiente y las colectividades. En un modelo de Desarrollo Sostenible se debe entender que la libertad y los derechos de las personas están por encima de la libertad de los mercados o ¿es que no debe ser nuestro bienestar y felicidad el eje sobre el que gire nuestro desarrollo?

Los principales reconocimientos institucionales al Comercio Justo llegaron en 2006 desde la Unión Europea. En julio de 2006 el Parlamento Europeo aprobó su **Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo**<sup>6</sup> en la que reconocía que el Comercio Justo era “un instrumento importantes para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), en particular la erradicación de la pobreza y la asociación mundial para el desarrollo”. Éste fue un reconocimiento importante, que ha servido al movimiento de Comercio Justo para poner en valor su propia actividad e instar a las instituciones europeas a apostar por un modelo comercial más respetuoso con el derecho de las personas y el medio ambiente, que propicie un cambio en el modelo de desarrollo. Además en la misma resolución se pide a “las autoridades públicas europeas que integren criterios de comercio justo en sus licitaciones y políticas de compra y pide a la Comisión que favorezca esta práctica con directrices para la compra de productos de comercio justo, entre otros medios”. Recuerda así el Parlamento lo importante que es favorecer el consumo de productos de Comercio Justo desde las instituciones, tanto como elemento ejemplarizante para la sociedad como elemento tractor que propicie mayor demanda para los productos de Comercio Justo en el mercado. También el Comité de Regiones Europeo recordó a través de su Dictamen 2015/C 260/04 sobre **Promoción del comercio justo en Europa a escala local y regional** que “la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible pasa por establecer asociaciones entre numerosos agentes; en particular, es necesario fomentar y apoyar financieramente aquellas asociaciones que, en el ámbito del comercio justo, tienen en cuenta todas las facetas de la sostenibilidad” indicando que, por la importancia del Comercio Justo en la esfera de la responsabilidad y sostenibilidad de la gestión empresarial, debe ser propiciado con ánimo de que ello sirva para que las empresas tengan un referente sólido de cómo integrar la responsabilidad social a su gestión; el Comercio Justo ofrece una alternativa real.

En España la realidad y futuro del Comercio Justo es ciertamente esperanzador. En 2014 las ventas de productos de Comercio Justo alcanzaron los 33,2 millones de euros<sup>7</sup>, un 8% más que el año anterior. Son muchas las empresas, universidades, entidades públicas, organizaciones y ciudadanía las que han decidido incluir en sus hábitos de compra a los productos de Comercio Justo, posicionándose así del lado de la justicia social, la equidad y los Derechos Humanos. La normalización del Comercio Justo en supermercados,

---

6 Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo sobre comercio justo y desarrollo (2005/2245(INI)).

7 COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO (2015). “El Comercio Justo en España 2014. Sector textil e injusticia comercial”. Madrid, España. P. 11.

tiendas especializadas y algunos establecimientos de hostelería ha posibilitado que estén más cerca de las personas consumidoras. Y es que la normalización es revolucionaria en sí misma; confirmar que existen miles de personas consumidoras que incluyen productos de Comercio Justo en su cesta de la compra es todo un gesto de indignación contra los perversos efectos del sistema económico dominante, a la vez que un acto de solidaridad con los pequeños productores. Sin duda, es una llamada de atención y una alternativa real, de las que nos permiten cambiar conciencias e injusticias.

### 3.1. Treinta años de Comercio Justo en España

Y es que el Comercio Justo no es nuevo; ya son tres décadas de arduo desarrollo en nuestro país. En 1986 varios grupos de valientes comenzaron a abrir las famosas Tiendas de Comercio Justo. En Donostia-San Sebastián se abrió una de las primeras tiendas de la mano de la organización Emaús Fundación Social. También Córdoba vio abrir otra de las primeras tiendas a finales de los años ochenta, gracias a la cooperativa Sandino (de la que hoy es heredera IDEAS) que comenzaba a importar productos de Nicaragua y a situarlos en las estanterías de las Tiendas de la Solidaridad que surgieron por toda Andalucía y España.<sup>8</sup>

Todo este tiempo las importadoras, tiendas y ONGD que han formado parte de este movimiento se han esforzado en dar a conocer a la ciudadanía esta alternativa de consumo, así como exigiendo a las empresas e instituciones públicas que apoyen el Comercio Justo en sus políticas, especialmente en las de compras. Ha sido una labor imperiosa que ha permitido que más de 1,5 millones de comunidades campesinas y artesanas tengan condiciones justas para la comercialización de su producción; sin duda, ha sido una lucha que ha valido y sigue valiendo la pena. Se cuentan por centenas las buenas prácticas desarrolladas, especialmente en el sector público donde los criterios de Comercio Justo han ido apareciendo en sus compras, especialmente, en aquellas relacionadas con la alimentación: máquinas expendedoras, comedores, cafeterías, etc.

En este contexto las universidades han destacado por su compromiso. En el marco del programa de **Universidades por el Comercio Justo** coordinado por IDEAS en España, y en el que participan 21<sup>9</sup> de las 82 universidades existentes en el país (un 25% de ellas), ha sido un referente y aliado importante para el movimiento de Comercio Justo. El número podría aumentar hasta una treintena si se cuentan aquellas que, sin estar en dicho programa, realizan acciones a favor del consumo responsable y el Comercio Justo. Ello pone de manifiesto que son las universidades las que se movilizan más significativamente por objetivos comunes, vinculados al cambio de modelo de desarrollo; la importancia de este gesto reside, justamente,

---

8 COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO (2016). “30 años de Comercio Justo en España”. Artículo publicado el 1 de febrero de 2016. Enlace web: <http://comerciojusto.org/30-anos-de-comercio-justo-en-espana/>

9 Dato extraído del portal web [www.ciudadporelcomerciojusto.org](http://www.ciudadporelcomerciojusto.org)

en que son las universidades las que están formando a los líderes y profesionales del futuro que ocuparán, con mucha probabilidad, puestos de responsabilidad pública, empresarial y social a través de los cuales se pueda catalizar el cambio de modelo de desarrollo con la materialización de otros hábitos, actitudes y valores sociales. Desde IDEAS y el resto de movimiento de Comercio Justo consideramos vital la educación en valores dentro de la comunidad educativa, en especial, de la universitaria, por las repercusiones futuras que pueden tener en relación a nuestras aspiraciones.

#### **4. Las universidades y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad de refrendar el compromiso con el Comercio Justo**

Las Universidades españolas, a través de Crue Universidades Españolas, han comenzado a explorar cuál debe ser su compromiso político y cuál el catálogo de actuaciones que permitan alinearse con las metas que se ha marcado la comunidad internacional con el fomento del Desarrollo Sostenible. Una primera cita la tuvo el pasado 10 de marzo en la jornada titulada **Diálogos sobre el papel de la universidad española ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible** organizada por el **Grupo de Cooperación de Crue Internacionalización y Cooperación**. El vicepresidente de Crue y rector de la **Universidad Pontificia Comillas**, D. Julio Luis Martínez, encargado de inaugurar esta jornada, subrayó que “una vez tenemos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es el momento propicio para que nos replanteemos o reenfoquemos las estrategias para tratar esta cuestión en el seno de las universidades a todos los niveles, que son la docencia, el aprendizaje, la investigación y la transferencia, y el servicio a la sociedad”<sup>10</sup>. La universidad, como agente social, debe asumir su responsabilidad, e integrar en su gestión, y especialmente en el caso de las universidades públicas, compromisos concretos con el fomento y consolidación de un modelo de Desarrollo Sostenible.

A mi entender, el uso y potenciación de referentes de gestión y práctica económica sostenible como el Comercio Justo o la agroecología deben comenzar a ocupar espacios en aulas, actividades e investigaciones universitarias, para materializar y catalizar ese cambio de modelo de desarrollo al que puede (y debe) contribuir la universidad. La transversalización de la sostenibilidad como elemento vertebrador de la actividad universitaria debe asegurarse en la acción docente e investigadora, en el plano institucional o en el transcurrir de la cotidianeidad universitaria. Porque el ejemplo es el mejor vector para convencer de que el cambio es posible. Por tanto, la coherencia entre lo dicho y lo hecho se debería convertir en una obsesión de los órganos de gobierno universitarios, no dejando escapar jamás ninguna posibilidad de apostar por el Desarrollo Sostenible en actos, gestos y actitudes, por pequeñas o insignificantes que parezcan.

---

10 CONFERENCIA DE RECTORES DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS (2016). "El papel de la Universidad ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible". Artículo publicado el 11 de marzo de 2016. Enlace web: <http://www.crue.org/Comunicacion/Noticias/La%20Universidad%20en%20los%20Objetivos%20del%20Desarrollo%20Sostenible.aspx>



Afortunadamente existen ya políticas universitarias que, de una forma u otra, vienen ahondando en la necesidad de asegurar un modelo de desarrollo distinto. La campaña de Universidades por el Comercio Justo ha demostrado que la coherencia y transversalización de políticas para propiciar hábitos de consumo responsable a través de la docencia, la sensibilización y la investigación les ha permitido conseguir impactos positivos tanto para sí mismas a nivel de reputación y gestión, como para los sectores emergentes vinculados al Desarrollo Sostenible, y que han tenido en la universidad una importante plataforma para su difusión y expansión. Como muestra de ese compromiso destaca la firma de la **Declaración de las Universidades españolas a favor del Comercio Justo**<sup>11</sup> por parte de catorce universidades españolas el 27 de noviembre de 2012. En la misma las universidades firmantes reconocían que el Comercio Justo era un “sistema de comercio internacional alternativo basado en el respeto hacia los derechos de los grupos productores y reconocido por el Parlamento Europeo como herramienta eficaz para la erradicación de la pobreza, que permite una distribución más equitativa de los recursos y beneficios generados en toda la cadena de producción, con el pago de precios justos, el respeto hacia los derechos laborales básicos promulgados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la lucha contra la explotación infantil, la promoción de la equidad de género y el respeto hacia el medio ambiente, es un referente de desarrollo que demuestra que es posible una organización socioeconómica más justa, solidaria y sostenible”. Se comprometían así al “desarrollo del modelo de Universidad por el Comercio Justo para considerar criterios sociales, ambientales y de Comercio Justo en nuestras compras y contrataciones, sensibilizar a toda la comunidad universitaria sobre la realidad de los grupos de campesinos, campesinas, artesanos y artesanas, y favorecer un consumo responsable, así como divulgar modelos de Desarrollo Sostenible que comprometan a los futuros profesionales que hoy formamos en la construcción de un mundo mejor”. Esta declaración reconoce el importante papel que una campaña como la de Universidades por el Comercio Justo puede jugar como elemento tractor a la hora de situar a las universidades como agentes sociales líderes en políticas que posibiliten el cambio del modelo productivo.

#### 4.1. Las Universidades por el Comercio Justo

Me debo remontar casi una década para explicar el surgimiento de la campaña de Universidades por el Comercio Justo en España. Allá por el 2008 IDEAS comienza a desarrollar un programa piloto en la Universidad de Jaén con el ánimo de afinar una propuesta metodológica, que incluía medidas concretas de apoyo al Comercio Justo y medir cuantitativa y cualitativamente el compromiso universitario; la iniciativa ya había sido puesta en marcha en otros países europeos, como en Reino Unido, donde universidades, como la

---

11 Declaración descargable a través de la página web de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria como universidad firmante:  
[http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101115/declaracion\\_de\\_las\\_universidades\\_espanolas\\_a\\_favor\\_del\\_comercio\\_justo.pdf](http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101115/declaracion_de_las_universidades_espanolas_a_favor_del_comercio_justo.pdf)

de Oxford, ya habían sido reconocidas como **Fairtrade University** o lo que hemos venido a denominar en castellano **Universidades por el Comercio Justo**. La campaña a nivel internacional trataba de sensibilizar y concienciar a la comunidad universitaria sobre la necesidad de poner en práctica hábitos de consumo responsable a través de la compra de productos de Comercio Justo para contribuir a un Desarrollo Sostenible, principalmente en países empobrecidos del Sur.<sup>12</sup>

En 2008 la **Universidad de Jaén** consigue cumplir los criterios de Universidad por el Comercio Justo y se le concede el título. Por aquel entonces bastó con que: (1) aprobara una declaración institucional de apoyo al Comercio Justo, (2) introdujera productos de Comercio Justo en sus comedores y cafeterías, (3) realizara varias actividades de sensibilización y (4) conformara un grupo de trabajo universitario para velar por el cumplimiento de los principios del modelo de Universidad por el Comercio Justo. La prueba piloto de Jaén se utilizó para animar a otras universidades a que alcanzasen los mismos estándares que la Universidad de Jaén y se las reconociera públicamente como Universidades por el Comercio Justo. El aliciente, más allá del título, era que las políticas para la transformación social y el cambio de modelo productivo no se centraran sólo en llevar la sensibilización y la reflexión a los estudiantes o al profesorado sino, también, en involucrar a otros ámbitos de gestión y actividad universitaria: los procesos de compra y contratación y en coordinación con agentes sociales externos como las ONGD. Según pude constatar (y lamentablemente constato en la actualidad) las políticas de compra y contratación pública en general, han permanecido desligadas de las políticas sociales o ambientales que han llevado a cabo las diferentes instituciones; hasta hace no muy poco, y con la excusa de la crisis financiera, han tenido un marcado carácter economicista, donde el criterio fundamental para adjudicar contratos ha sido el precio. El programa de **Universidades por el Comercio Justo** (al igual que se hizo campañas equivalentes como la de **Ciudades por el Comercio Justo** o **Centros Educativos por el Comercio Justo**) introdujo, al menos, un elemento de debate en este ámbito de gestión pública y/o universitaria: ¿deben ser las compras públicas coherentes con las políticas sociales y ambientales de la Universidad? Y aunque la respuesta podría ser evidente y los compromisos adquiridos por muchas universidades más una justificación, no lo es tanto cuando este razonamiento se debe llevar a la práctica, teniendo en cuenta factores como la legalidad y la complejidad de dichos procesos. Analizaré la situación más adelante.

Durante 2009 y 2010 otras universidades comenzaron a participar en el programa y a desarrollar el modelo de Universidad por el Comercio Justo. Las **universidades de Cantabria, Burgos, Córdoba, Málaga, Alcalá, Valencia, Politécnica de Valencia o la Jaume I de Castellón** fueron las que continuaron con la experiencia puesta en marcha por Jaén y consiguieron completar el modelo de Universidad por el Comercio Justo. Pero ¿qué es, en la práctica, una Universidad por el Comercio Justo? Para conseguir el título se deben

---

12 Información extraída del portal web [www.ciudadporelcomerciojusto.org](http://www.ciudadporelcomerciojusto.org)

cumplir los siguientes estándares<sup>13</sup>:

1. Se debe aprobar un posicionamiento político por parte del órgano de gobierno universitario a través de una Declaración Institucional que incluya el compromiso de desarrollar un modelo de Universidad por el Comercio Justo y de materializar políticas de consumo responsable que, al menos, posibilite que anualmente una licitación y dos compras menores se realicen con criterios de Comercio Justo. Ello supone que o bien se exija a las empresas contratistas que utilicen productos de Comercio Justo en sus suministros o servicios, o bien, se valore a aquellas que presenten ofertas que usen dichos productos.
2. Se debe facilitar el acceso a productos de Comercio Justo en, al menos, tres comedores, cafeterías y/o máquinas expendedoras automáticas de snacks, bebidas calientes o frías situadas en los recintos universitarios y a través de, al menos, una tienda de venta minorista de la propia universidad, siempre que ésta existiese.
3. Se deben realizar, al menos, dos acciones de comunicación con las que dar a conocer a la comunidad universitaria, y a la ciudadanía en general, el compromiso que la Universidad mantiene con el Comercio Justo y el consumo responsable a través de los medios de comunicación, las redes sociales, webs, etc. y, al menos, dos acciones de sensibilización a través, por ejemplo, de la actividad docente, la celebración del **Día Mundial del Comercio Justo**, etc.
4. Formar un grupo de trabajo universitario que vele por el desarrollo de las acciones enumeradas y su mantenimiento a lo largo del tiempo con el objetivo de que se consoliden y sean sostenibles en el tiempo.

Como puede verse es una metodología de trabajo que permite materializar y dar coherencia a las políticas universitarias, no sólo en el plano docente, que también, sino en el plano de su gestión propia, lo que sin duda da coherencia y aumenta el impacto de los compromisos que se van adquiriendo. Por eso, esta experiencia puede ayudar a otras iniciativas similares, en especial a las que tienen vinculación con el Desarrollo Sostenible, para que puedan ser llevadas a cabo.

A continuación expongo las acciones más innovadoras y exitosas llevadas a cabo en cada uno de los ámbitos de trabajo del programa por parte de las universidades participantes, indicando los aspectos que

---

13 Estándares con reconocimiento internacional por la Fairtrade Towns Initiative y acordados por el grupo de aliados de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo en España. Más información en [www.ciudadporlecomerciojusto.org](http://www.ciudadporlecomerciojusto.org)

deben mejorar y los retos que se deben asumir.

#### 4.2. El compromiso institucional con el Desarrollo Sostenible y el Comercio Justo

Como he indicado con anterioridad, el Comercio Justo es un sector económico de referencia para el sector público, en cuanto que al potenciarlo y apoyarlo se trabaja por un Desarrollo Sostenible. Por ello, su potencial reside, justamente, en que apostando por él se contribuye a varias de las metas recogidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible lo que posibilita utilizarlo como una herramienta versátil para, por ejemplo, erradicar la pobreza extrema, favorecer la igualdad entre mujeres y hombres, mejorar la calidad en el empleo y luchar contra el Cambio Climático y por la protección medioambiental.

Hasta el momento los compromisos institucionales con el Comercio Justo se han materializado a través de la aprobación de Declaraciones Institucionales que recogían compromisos concretos que tenían que ver con los estándares del modelo de Universidad por el Comercio Justo. Por ejemplo, la **Universidad de Alcalá** afirmaba en su declaración<sup>14</sup> que “el comercio internacional puede ser una herramienta poderosa en la lucha contra la pobreza. Fomentando el Comercio Justo se ayuda a los grupos productores a ser protagonistas de su propio proceso de desarrollo, desde planteamientos más equitativos y justos” señalando que el Comercio Justo es un aliado de las políticas de cooperación internacional. También la **Universidad de Sevilla** mostró en su declaración<sup>15</sup> “su acuerdo a que el desarrollo sostenible, hoy en día, debe situarse entre las prioridades de los gobiernos, debiendo impulsar políticas activas para promover la integración de los tres componentes de desarrollo -económico, social y medioambiental- que aseguren a largo plazo el bienestar social y la preservación de nuestro entorno. En este sentido, el Comercio Justo y el Consumo Responsable constituyen dos de los objetivos de la Universidad de Sevilla como parte fundamental de su responsabilidad social en materia de cooperación y educación para el desarrollo” enmarcando su compromiso, en su caso, en las políticas de responsabilidad social.

Por su parte ha habido universidades que han destacado por la incorporación del Comercio Justo y el Consumo Responsable en sus estrategias y planes operativos, dando un paso más en su compromiso. Por ejemplo, la **Universidad de Cantabria** incorporó el Comercio Justo en su Plan Estratégico de Cooperación para el Desarrollo de la UC 2010-2014<sup>16</sup> donde dedica un punto completo a reconocer el potencial que tiene

---

14 Declaración de la Universidad de Alcalá a favor del Comercio Justo y el Consumo Responsable aprobada el 22 de noviembre de 2010. Enlace web:  
<http://www3.uah.es/diariodigital/images/01curso2010/PDFs/declaraci%20de%20la%20universidad%20de%20alcal%20a%20favor%20del%20comercio%20justo.pdf>

15 Declaración de la Universidad de Sevilla a favor del Comercio Justo y el Consumo Responsable aprobada el 18 de diciembre de 2013. Enlace web:  
<http://internacional.us.es/uploads/images/Declaracion%20CJ%20CR%20US%202013.pdf>

16 Plan Estratégico de Cooperación para el Desarrollo de la UC 2010-2014. Enlace web:  
<https://web.unican.es/unidades/cooperacion-internacional->

el Comercio Justo como agente de desarrollo y las metas a alcanzar en el periodo dado. Además ha contado con Planes Operativos de Comercio Justo en los periodos 2010-2014 y 2015-2018, respondiendo a las metas estratégicas que se marcaba en su plan estratégico, reconocimiento que “el Comercio Justo (CJ) es una herramienta para la Cooperación Internacional”. Las acciones contempladas son transversales y se enmarcan dentro del desarrollo de un modelo de Universidad por el Comercio Justo. Otras universidades que, igualmente, han destacado por el desarrollo de planes y estrategias han sido la Universidad de Córdoba incorporando el Comercio Justo en su Estrategia de Cooperación y Educación al Desarrollo 2014 y 2017<sup>17</sup>, continuando con el compromiso adquirido en anteriores estrategias, y ha desarrollado algunos Planes de Acción de Consumo Responsable y Comercio Justo<sup>18</sup> fijando metas concretas que, posteriormente, fueron evaluadas. Por su parte la **Universitat de València** incorporó el Comercio Justo como una prioridad en su programa de Campus Sostenible<sup>19</sup>, vinculándolo así a las medidas para el fomento de la sostenibilidad. Se demuestra así como las universidades vinculan sus acciones a favor del Comercio Justo tanto en sus estrategias y políticas para el fomento de la sostenibilidad y la responsabilidad social, como de la cooperación al desarrollo; ello denota la versatilidad y transversalidad del modelo de Comercio Justo.

En relación al compromiso de ejercer una compra pública ética, que posibilitara la consideración de criterios éticos con los que se garantizaran condiciones laborales dignas en la cadena de producción, y de apoyo al Comercio Justo, las experiencias no han sido del todo satisfactorias. La complejidad de dichos procesos y la multitud de factores que influyen han limitado muchísimo la explotación de todo el potencial que este tipo de políticas podría haber tenido. Aun así, existen experiencias exitosas. Las principales contrataciones en las que se ha exigido o valorado la incorporación de productos de Comercio Justo y procedentes de la Agricultura Ecológica han sido la de sus comedores y cafeterías, que veremos en el siguiente epígrafe. Otros contratos han sido para el suministro de material corporativo, dedicado a sus congresos y actividades.

El principal obstáculo que ha impedido acelerar los procesos de contratación y compra universitaria de productos de Comercio Justo ha sido la gran cantidad de incertidumbres (especialmente legales) que ha generado la consideración de criterios de Comercio Justo entre el personal administrativo. Ello se ha tratado de superar a través de las acciones formativas emprendidas, por ejemplo, en el marco del programa de Universidades por el Comercio Justo. Destaca el curso que desarrolló la **Universitat Politècnica de Valencia** en marzo de 2015 para formar a su personal administrativo en la consideración de cláusulas sociales,

---

[desarrollo/Documents/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cooperaci%C3%B3n%20para%20el%20Desarrollo%20de%20la%20UC.pdf](#)

17 Estrategia de Cooperación y Educación al Desarrollo 2014 y 2017 de la Universidad de Córdoba. Enlace web: [https://www.uco.es/rsu/cooperacion/sites/default/files/field/pdf/Estrategia\\_0.pdf](https://www.uco.es/rsu/cooperacion/sites/default/files/field/pdf/Estrategia_0.pdf)

18 Por ejemplo el Plan de Acción de Consumo Responsable y Comercio Justo 2011-2012 de la Universidad de Córdoba. Enlace web: [http://www.uco.es/consumoresponsable/wp-content/uploads/2015/05/plandeaccion\\_03.pdf](http://www.uco.es/consumoresponsable/wp-content/uploads/2015/05/plandeaccion_03.pdf)

19 Progra de Campus Sostenible de la Universitat de València. Enlace web: <http://www.uv.es/campus-sostenible>

ambientales y de Comercio Justo en contratos de material de oficina, productos textiles, equipos informáticos, cafeterías, etc. También han existido otros obstáculos como la poca adaptación y/o preparación de las empresas licitadoras en relación a una gestión más sostenible de sus servicios y/o suministros; parece ser que aún no se cuenta con un mercado sensibilizado e informado en todos estos aspectos. También la falta de compromiso con la compra ética y sostenible como una política universitaria prioritaria o el marcado carácter economicista de las decisiones de compra y contratación han sido significativos obstáculos. En el medio y largo plazo estas políticas se impondrán de forma natural como la mejor manera de contribuir a una gestión óptima de las universidades y de los recursos públicos, aunque es necesario que se siga trabajando para que, progresivamente, se vaya cambiando el paradigma de la contratación universitaria, posibilitando que se afronte desde el enfoque de la sostenibilidad como elemento esencial e irrenunciable.

#### **4.2. Comedores colectivos, cafeterías y máquinas vending con productos de Comercio Justo en los recintos universitarios**

Se cuentan por decenas las experiencias desarrolladas en los últimos 15 años para facilitar el acceso a productos de Comercio Justo en los recintos universitarios, en especial, a través de los comedores y cafeterías. Por ejemplo, la Universidad de Alcalá ya en 2004 impuso, en los pliegos de licitación para los servicios de comedor y cafetería en varias de sus facultades, la obligatoriedad de “tener a disposición de los usuarios la venta de café de comercio justo”<sup>20</sup>. Este compromiso se fue desarrollando más y más con el tiempo, ampliando la gama de productos de Comercio Justo a disposición de los usuarios en sus cafeterías y comedores.

Destaca también la experiencia de la **Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)** que en 2010 exigió a los licitadores del contrato para el servicio de cafetería y comedor de su Facultad de Psicología que “entre los tipos de café a ofrecer, al menos uno, sería de comercio justo” añadiendo que dicho café debería “estar producido y comercializado en consonancia con la descripción establecida por el Parlamento Europeo en el artículo 2 de la resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo (2005/2245 (INI)). Se considerará que los productos que hayan sido importados y distribuidos por organizaciones de Comercio Justo acreditadas por la Organización Mundial de Comercio Justo/WFTO, o por la coordinadora estatal de Comercio Justo, o que porten el sello de Comercio Justo – Fairtrade, cumplen dichos criterios. Otros operadores económicos deben demostrar la equivalencia con los estándares señalados por cualquier medio de prueba adecuado”. Ello posibilitaba a los licitadores tener claro qué es Comercio Justo, evitando la confusión (bien o malintencionada) sobre el concepto. Esta definición ha sido utilizada por multitud de

---

<sup>20</sup> Pliego de Prescripciones Técnicas para la contratación de los servicios de cafetería y comedor en la Facultad de Farmacia de la Universidad de 2004.

universidades y entidades del sector público para, justamente, definir qué se entiende por Comercio Justo y en base a qué criterios deben haberse comercializado los productos suministrados y utilizados durante el servicio.

Por su parte, la **Universitat de València** ha destacado por tener a disposición de los usuarios de su *Tenda* una amplia gama de productos corporativos de Comercio Justo. Así destacan sus bolsas y camisetas de algodón orgánico y de Comercio Justo corporativas. También pueden encontrarse otros productos de artesanía y de alimentación como café o azúcar de Comercio Justo.<sup>21</sup>

En relación a la disposición de productos de Comercio Justo en máquinas expendedoras destaca la experiencia de la **Universidad de Jaén** exigiendo a sus contratistas “ofertar café de Comercio Justo” en las máquinas ubicadas en su campus de Las Lagunillas.<sup>22</sup> Además exigió que se señalizara debidamente cuál era el café de Comercio Justo de las opciones existentes en las máquinas expendedoras y también que se informara de qué era Comercio Justo a través de los paneles publicitarios de los que disponían las máquinas.

Los dos principales obstáculos han sido, por una parte, no haber dado el suficiente seguimiento a la ejecución de los contratos, lo que ha ocasionado que no existiese oferta de productos de Comercio Justo en las cafeterías como así estaba establecido en los contratos y, por otro lado, no apostar de forma más decidida por la incorporación del Comercio Justo y otras formas de Desarrollo Sostenible en los pliegos de licitación; algunas de las cuestiones esgrimidas han sido la falta de operadores locales que ofrezcan estos productos y, en segundo lugar, el encarecimiento de los suministros y servicios contratados. Aunque si bien es cierto que, en ocasiones, determinados productos puede tener un precio superior a los de productos convencionales de similar calidad, no es menos cierto que la apuesta por la sostenibilidad requiere de esfuerzos que, aunque equilibrados, deben realizarse para acelerar el tan ansiado cambio de modelo productivo. Puedo afirmar que, en la mayoría de casos, no se trata tanto de una cuestión de encarecimiento sino de voluntad política; apostar por un modelo de Desarrollo Sostenible implica, necesariamente, un cambio de paradigma y un posicionamiento firme que defina las formas de actuar, especialmente en el ámbito de la contratación y las compras; existen alternativas de consumo por las que se puede apostar sin que ello suponga un gran esfuerzo económico ni un trastorno para la continuidad de los servicios que presta la universidad. Por mi experiencia, los ingredientes imprescindibles son rigor, planificación y convicción de creer en lo que se hace; ya lo indica el dicho popular *nada es imposible porque querer es poder*.

---

21 Más información en el espacio web dedicado a los productos de Comercio Justo de La Tenda de Comercio Justo de la Universitat de València: [http://fundacio.uv.es/tenda/otros-productos-comercio-justo-c-38\\_65.html](http://fundacio.uv.es/tenda/otros-productos-comercio-justo-c-38_65.html)

22 FONDO ANDALUZ DE MUNICIPIOS PARA LA SOLIDARIDAD INTERNACIONAL (2011). “El Comercio Justo en las compras públicas”. Córdoba. Editado por FAMSI. p. 57.

### **4.3. Actividades de comunicación y sensibilización a favor de un Comercio Justo y un Desarrollo Sostenible.**

Las acciones de comunicación y sensibilización son las que más impacto y éxito han tenido de las desarrolladas en el marco del programa de Universidades por el Comercio Justo. Una de las actividades conjuntas desarrolladas ha sido la organización de las **Semanas Universitarias por el Comercio Justo** con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo.<sup>23</sup> Desde 2011 se vienen organizando en una veintena de universidades españolas. Destaca el compromiso de universidades como la **Universitat Jaume I de Castellón** que ha venido organizando la semana desde 2014 implicando a los agentes sociales, las cafeterías y la comunidad universitaria.

En relación a las acciones de comunicación, cabe destacar que muchas universidades disponen de espacios webs corporativos dedicados a explicar y dar a conocer su compromiso con el Comercio Justo. También a través de sus perfiles en las redes sociales son muy activas en la difusión de sus actividades. Sin duda, en la actualidad, la comunicación se ha convertido en un importante aliado para incidir en la ciudadanía para incorporar en su cotidianeidad las formas de consumo responsable, y por ende de Desarrollo Sostenible, con el fin de que se *normalice* el término y, poco a poco, la sostenibilidad se convierta en la norma y no en la excepción.

También cabe destacar la incorporación progresiva del Comercio Justo, el Consumo Responsable y el Desarrollo Sostenible como temática en los programas académicos y acciones docentes de varias universidades. Destaco el curso universitario organizado en 2012 por varias universidades madrileñas, entre ellas, la **Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Complutense de Madrid** titulado **Economía Solidaria: Una alternativa empresarial a la crisis** que fue organizado por IDEAS en colaboración con dichas universidades y la **Red de la Economía Alternativa y Solidaria (REAS)** de Madrid. También destaca la incorporación de la temática de Desarrollo Sostenible y Comercio Justo en las asignaturas de los grados de Turismo, Economía y Comunicación de la **Universidad de Málaga** que, desde 2012, viene formando a su personal e invitando a diferentes organizaciones sociales para que impartan sesiones específicas. En el ámbito de la investigación universitaria destaca la labor de la Universidad de Córdoba con la publicación del **Informe anual del Comercio Justo en Andalucía** que viene realizándose desde 2010.

El gran reto, en el ámbito de la sensibilización y la comunicación, está en integrar los valores y formas de Desarrollo Sostenible en la docencia y la investigación académica. Es esencial que las

---

23 Más información en [www.ciudadporelcomerciojusto.org](http://www.ciudadporelcomerciojusto.org)



universidades incorporen estas temáticas de forma transversal, no sólo en asignaturas o cursos específicos, dedicados a la Responsabilidad Social o la Economía Sostenible, sino en asignaturas troncales y obligatorias. Al igual que con el resto de acciones, si se apuesta por un Desarrollo Sostenible es necesario que este nuevo paradigma se integre, especialmente, en el mismo objeto de la universidad: la docencia y la investigación. Si el compromiso sólo es secundario y se materializa en actividades ajenas o no principales, se estará desaprovechando el potencial que se tiene para que la universidad sea un verdadero motor de progreso y de cambio social.

#### **4.4. Grupos de trabajo universitarios y coordinación con agentes sociales**

Prácticamente todas las universidades se coordinan internamente y con otros agentes como las ONGD, asociaciones y colectivos sociales para la promoción del Desarrollo Sostenible. El modelo de Universidades por el Comercio Justo como he señalado incluye el criterio de que exista un grupo universitario que coordine las acciones que se desarrollan al respecto. Aunque cada universidad presenta una realidad y ello queda reflejado en la mayor o menor pluralidad de los agentes que se integran en dicho grupo, cabe señalar que se ha permitido la coordinación de los diferentes agentes universitarios con algún tipo de responsabilidad en el desarrollo del modelo de Universidad por el Comercio Justo, como por ejemplo, los departamentos de contratación, cooperación al desarrollo o medio ambiente, y también la coordinación con agentes externos, como las ONGD, para completar el trabajo realizado y colaborar en las acciones de sensibilización, haciendo que las mismas trasciendan a la sociedad.

El reto que se pone de manifiesto es trabajar nuevas temáticas en el desarrollo de su actividad. Estos espacios de coordinación deben aprovecharse para continuar con el trabajo, no sólo en el ámbito del Comercio Justo y el Consumo Responsable, sino en la puesta en marcha de acciones que favorezcan el Desarrollo Sostenible.

#### **5. Conclusión**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados por las Naciones Unidas en septiembre de 2015, vienen a determinar la agenda que, de aquí a 2030, determinará las políticas públicas con las que se pretende contribuir a un cambio en el modelo productivo, a fin de corregir y paliar las problemáticas sociales y ambientales asociadas al mismo, tales como la desigualdad, la pobreza o el Cambio Climático. Entre dichos objetivos está promover un “consumo y producción responsables”. En este contexto, el Comercio Justo se convierte en un aliado para favorecer no sólo una producción responsable sino la erradicación de la pobreza extrema, la materialización de la igualdad entre la mujer y el hombre o la promoción de condiciones de trabajo decente. Su versatilidad lo convierte en una herramienta efectiva para

la cooperación al desarrollo, la protección medioambiental y la responsabilidad social empresarial.

Las universidades, como formadoras de los futuros profesionales, pueden convertirse en un elemento tractor muy importante para acelerar el cambio de paradigma de desarrollo. La transversalización de valores y formas de Desarrollo Sostenible en sus políticas de gestión, docencia e investigación deben convertirse en una realidad palpable. Se trata solamente de hacer coherente el discurso con la praxis. Ello es una manera efectiva de contribuir a los ODS.

El **programa de Universidades por el Comercio Justo**, que viene desarrollándose desde 2008 en varias universidades españolas, puede aprovecharse como estructura ya existente para insertar el Desarrollo Sostenible en la agenda universitaria. La metodología de trabajo que ofrece ha posibilitado a muchas universidades apostar por el Comercio Justo de forma transversal, desde sus políticas de compra y contratación hasta su actividad docente e investigadora, pasando por la coordinación con agentes externos como las ONGD ¿Por qué no hacerlo, también, para promover el Desarrollo Sostenible y contribuir al cumplimiento de los ODS?

Sólo es necesaria voluntad y compromiso político. Y es que el cambio de modelo productivo hacia un Desarrollo Sostenible no es sólo una opción entre varias de la comunidad internacional, sino que es la única opción existente para garantizar el bienestar y las mismas oportunidades de desarrollo a todas las sociedades humanas, tanto del presente como del futuro; no podemos olvidar que el planeta y los recursos de los que dispone son sólo un préstamo de las generaciones futuras, que debemos utilizar con la vista puesta en que hay que devolverlo en iguales o mejores condiciones que en las que se nos entregó. Sin duda, recuperar la solidaridad como valor fundamental de nuestras relaciones económicas, sociales y políticas, se convierte en el único camino para conseguir un mundo en paz, en el que merezca la pena vivir.