

LA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SUSTENTABLE DE UNA INDUSTRIA TEXTIL DE YUCATÁN A TRAVÉS DEL COMERCIO JUSTO

Sosa Alcaraz, Mayanin Asunción¹

González Castro, Alonso²

Sarmiento Franco, José Francisco³

RESUMEN

En el presente artículo se examina cómo el comercio justo puede propiciar y apoyar a las comunidades de los países en desarrollo a alcanzar un verdadero desarrollo sustentable. Se analiza el concepto *Fair Trade* (Comercio Justo) que ya ha emergido en el mercado global. En esta investigación el Fair Trade invita a una producción y consumo más responsable. Además, se menciona cómo este tipo de comercio es aplicado en el sector secundario. La discusión se centra en el comercio justo aplicado en una industria textil y su contribución al desarrollo humano comunitario. Este trabajo tuvo como objetivos mostrar avances sobre comercio justo y sustentabilidad en una industria textil e identificar cómo esta industria puede contribuir al desarrollo comunitario mediante la aplicación del primero. Para ello, se examinó un caso de estudio en Yucatán, México. Los resultados muestran que la industria tiene como propósito mantener un impacto positivo social y ambiental, que permita generar un cambio en la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias, y sus comunidades. Adicionalmente en la práctica, se muestra que dicha industria ha estado trabajando en mejorar sus estrategias de sustentabilidad integrada mediante los ejes ambientales, económicos y sociales. Aunque, todavía falta una transformación hacia la sustentabilidad, la industria está construyendo un puente firme hacia una economía más justa y solidaria en la región.

Conceptos clave: 1. Industria Textil, 2. Producción y Consumo Responsable, 3. Sustentabilidad

¹Docente Investigador Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Mérida, crismax68@hotmail.com

²Egresado Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Mérida, djaloiz@gmail.commailto:correoautor@correo.com

³Docente Investigador Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Mérida, fradari.sarmiento@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La crisis ambiental ha llegado a un punto crítico, no se cuentan con compromisos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, evitar la contaminación del agua, la contaminación del aire, y despojarse de las tecnologías sucias que solo perjudican al ser humano. Estamos en un punto donde la humanidad destruirá la capacidad de nuestro planeta para recuperarse, actualmente naciones enteras han devastado ecosistemas enteros, y no contentos con eso están dirigiéndose a las naciones emergentes a realizar las mismas acciones que tiene al planeta en esta debacle. Es necesario evitar todos estos daños desde un cambio de paradigma de lo que se le conoce en estos días al “Desarrollo”.

Según Enkerlin (1997) dos de los problemas más graves que actualmente enfrenta la humanidad son: las grandes necesidades de una población creciente, y la degradación del ambiente y de los recursos naturales. Estos dos problemas están íntimamente relacionados, ya que para satisfacer estas necesidades se requiere aumentar la capacidad productiva de los recursos naturales, misma que tiene límites. Un hecho bien conocido es que, a mayor presión de la población sobre su entorno, mayor degradación de recursos; y a mayor degradación de recursos, menor posibilidad de satisfacer las necesidades básicas. Este círculo vicioso entre las necesidades crecientes, la sobreexplotación y subutilización de los recursos naturales hace peligrar la capacidad del planeta para sostener la calidad de vida de los diferentes grupos humanos que lo habitan. Es decir, corremos el riesgo de sobrepasar la capacidad de carga de la biosfera, fenómeno que sería catastrófico, tanto para los seres humanos, como para los demás habitantes de nuestro planeta.

Actualmente uno de los países con mayores problemas por los efectos causados por este modelo dominante es la Republica de China, este país tiene algunas de las peores contaminaciones de agua en el mundo, con el 70% de sus ríos, lagos y embalses afectados por todo tipo de contaminantes. Alrededor del 20% de los contaminantes orgánicos de todas las fuentes en China se contabilizan por los vertidos de la industria. Sin embargo, la contribución de los productos químicos peligrosos y persistentes a esta contaminación no se evalúa adecuadamente y sigue siendo en gran parte desconocida. Para explorar este problema, en 2009 Greenpeace investigó cinco instalaciones descargando desechos industriales en el delta del río Pearl, y encontró una variedad de químicos peligrosos en sus aguas residuales. También hay signos de que los productos químicos persistentes se están acumulando en los ríos chinos (Acosta y Ramos, 2014).

La industria textil moderna tiene una larga historia de migración de una región o país a otra. La mayor parte de esta migración ha sido impulsada por un factor: la necesidad de recortar costos. Además de ser un sector importante en la economía de China, que representa el 7,6% del volumen comercial total de China, la industria textil es un gran usuario de productos químicos, muchos de los cuales son peligrosos y persistentes y contaminantes del agua. El proceso de producción de los textiles, incluyendo el teñido, el lavado, la impresión y el acabado de tejidos lleva a la descarga de grandes cantidades de aguas residuales que contienen sustancias tóxicas. Aunque la contaminación a gran escala de la industria textil ha sido un problema a lo largo de su historia, el uso más reciente de productos químicos persistentes y peligrosos representa una amenaza mayor ya menudo invisible para los ecosistemas y la salud humana. Toda esta problemática representa una “agudización del hambre, de la pobreza, la enfermedad, el analfabetismo y la incesante deterioración de los ecosistemas de los que depende nuestro bienestar. Mientras tanto, no cesan de aumentar las disparidades entre ricos y pobres” (Enkerlin, 1997).

La sustentabilidad según diversos autores es un nuevo mecanismo para evitar que los recursos naturales se agoten y dejar sin estos a las próximas generaciones, llevando al planeta a un umbral. Por eso, es necesario contar con un mundo en el que la justicia y el desarrollo sustentable se encuentran en el centro de las estructuras y prácticas comerciales, para que todos, a través de su trabajo, puedan mantener un sustento decente y digno de desarrollar todo su potencial humano (Toledo, 2015). Gran parte de estos cambios de paradigma originan a lo que se le denomina la responsabilidad social. Esto significa una humanización de las empresas, al seguir principios éticos, beneficios para sus trabajadores, socios y comunidad, así como mejoras en productividad e imagen ante el mercado (Siegel y Wright, 2006).

Actualmente, se vive en un mundo en el que la explotación laboral y ambiental está al orden del día. Para poder combatirlo existen alternativas al consumo habitual, apostando por acciones que combatan la pobreza, el cambio climático y la crisis económica global. La respuesta es el comercio justo; un comercio solidario y responsable tanto con las personas como con el medio ambiente (Marcillo, 2015). El objetivo de este tipo de comercio es apoyar a aquellas personas que en el comercio internacional juegan con desventaja. En concreto los pequeños productores y trabajadores en países en vías de desarrollo; es decir, apoyar a esos productores a obtener mejores ingresos y reducir la pobreza a través de un consumo más responsable. El trabajo de organizaciones como la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores del Comercio Justo (CLAC), y la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO Siglas en Ingles) hace que el Comercio Justo sea una realidad y su consumo vaya en aumento. La CLAC es la red latinoamericana que representa a las organizaciones de pequeños productores del sistema Fairtrade International y a otras organizaciones de pequeños productores de Comercio Justo de América Latina.

Por ejemplo, un recorrido realizado en Dhaka por Andrew North, corresponsal de la BBC en el sur de Asia, permitió comprobar las malas condiciones en las que laboran los trabajadores. North pudo observar cómo algunas de las fábricas operan con pocas medidas de seguridad. Además, presenció cómo en muchas de las instalaciones había niños trabajando. Por su parte Susanna Rustin, sugirió en su columna del diario británico 'The Guardian', que al igual que las frutas y las verduras, la ropa debería llevar etiquetas para saber si son producto de ese "comercio justo", algo que las grandes tiendas de ropa no suelen hacer. Algunos de los entrevistados en el sondeo realizado por la BBC en las calles de Londres manifestaron que estarían dispuestos a pagar más por ropa que fuera producida en un ambiente de buenas condiciones para los trabajadores. "Creo que uno no lo piensa tanto: ves algo barato y lo compras", reconoció una joven consultada. "Este es un sector grande, tenemos más de 5.000 fábricas", le dijo a la BBC Siddiqur Rahman, exvicepresidente de Bgmea (Asociación de Exportadores y Fabricantes de Ropa de Bangladesh). La industria textil es considerada una pieza angular de la economía de Bangladesh. Pero, "el 50 por ciento de las fábricas están funcionando con parámetros que no son seguros" Mainuddin Khonker, experto en la inspección de fábricas de Bangladesh. De modesta condición a comienzos de los ochenta, pasó a convertirse en una industria de cerca de US\$20.000 millones, lo que representa cerca del 80% de las exportaciones nacionales. En un país donde la mayoría de la población es pobre, conservadora y musulmana, el sector genera cuatro millones de puestos de trabajo, de los cuales el 20% son ocupados por mujeres de familias pobres. Sin embargo, confeccionar ropa a bajo costo le puede estar costando al país un alto precio humano (García y Solís, 2008).

Esta revisión actual cubre estudios sobre el comercio justo, aspectos ambientales, y sustentabilidad en la industria textil. Este trabajo tiene como objetivo presentar resultados sobre comercio justo y sustentabilidad en una industria textil, e identificar como la industria puede contribuir al desarrollo humano y comunitario mediante el comercio justo. Para ello, se revisó un caso de estudio en Yucatán, México. Esta revisión proporciona implicaciones tanto teórica como de aplicación. Teóricamente, esta

revisión muestra una perspectiva sistemática sobre los estudios del comercio justo y la sustentabilidad ambiental, económica y social en la industria textil. En la práctica, se muestra como dicha industria ha estado trabajando en mejorar sus estrategias de sustentabilidad integrada mediante los ejes ambientales, económicos y sociales.

EL COMERCIO JUSTO

El comercio justo es un tipo de comercio alternativo en la que la principal premisa es reducir el número de intermediarios para que las ganancias lleguen a las manos de los trabajadores o productores y no en las grandes empresas. Las empresas se encargan de las importaciones de los productos con esta certificación directamente de las cooperativas de agricultores y/o artesanos donde se les paga por el producto un salario justo para que puedan lograr vivir dignamente y en armonía con sus seres queridos (Otero, 2004).

Este tipo de comercio nació en Europa como un movimiento social global para combatir la desigualdad y la pobreza, así como contribuir al desarrollo económico y social a través de prácticas comerciales más equitativas; promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos. El Comercio Justo va más allá del intercambio: demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente (WFTO, 2018).

El movimiento del Comercio Justo en América comenzó entre los años 40-50's en Estados Unidos. Allí se desarrollaron las primeras iniciativas: la organización Ten Thousand Villages (antes, Self Help Crafts) empezó comprando bordados de Puerto Rico, y otra entidad, SERRV, vendía artículos de artesanía realizados por comunidades del Sur. Muchos de estos artesanos estaban luchando contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios (Otero, 2004). En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de "Comercio Justo" se abrió en 1958.

En las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia, 1973 es un año clave en la historia del Comercio Justo ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación. Se trataba de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala bajo el nombre "Indio Solidarity Coffee". Esta situación supuso un importante crecimiento del Comercio Justo. En los años 70 y 80's, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y artesanías. En 1987, 11 importadoras europeas constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea IFAT (hoy WFTO, Organización Mundial de Comercio Justo) que actualmente agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo. En 1997 se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO). Cinco años más tarde lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (Internacional Fairtrade Certification Mark). En 2004 la Asociación Internacional de Comercio Justo (WFTO) desarrolló un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año siguiente comienza a funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo (WFTO, 2018).

SUSTENTABILIDAD

La sustentabilidad implica un cambio de racionalidad social y productiva; más la racionalidad ambiental no es un modelo homogéneo o un paradigma monolítico. Sus principios acogen y se fundan en una pluralidad de racionalidades culturales, desde donde se construyen diferentes caminos hacia la sustentabilidad (Morín, 1980). La sustentabilidad ha adquirido diferentes significados de acuerdo al énfasis económico o ambiental durante los años 60's y 70's (Hansson, 2010). Diez años después el término sustentabilidad evolucionó hacia factores socio-económicos, políticos, técnicos, productivos, institucionales y culturales en relación con las necesidades humanas (Phinder, 2008). Sin embargo, la resolución de un problema de una forma innovadora es la nueva dinámica de la sustentabilidad, incluyendo sistemas ecológicos y sociales. Es decir, la interdisciplina surge como una necesidad de abordar los problemas desde diferentes perspectivas, que una sola disciplina no podría hacer. Por ejemplo, ecología humana, ecología social, economía ecológica y evaluación tecnológica, nacieron con el objetivo de proporcionar respuestas a los diferentes retos que enfrenta la sociedad (Kastenhofer, 2011).

El Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (2016) puntualiza que el desarrollo sostenible es "la adopción de estrategias y actividades comerciales que satisfagan las necesidades de la empresa y sus partes interesadas hoy a la vez que protegen, sostienen y mejoran los recursos humanos y naturales que se necesitarán en el futuro". La sustentabilidad ha ganado prominencia en las cadenas de suministro sostenibles, como resultado de las operaciones comerciales modernas. La mejora de la cadena de suministro sostenible en la práctica ha desencadenado muchos estudios. En particular, la industria de la moda es una de las industrias en la que se investiga temas relacionados con las cadenas de suministro sostenibles. La industria textil implica varias prácticas importantes: transportes verdes, productos ecológicos, la conservación de la energía, la reducción de desechos o el reciclaje, y el impulso de la gestión ambiental (Lee et al., 2012).

EL COMERCIO JUSTO EN MEXICO

El comercio justo llegó a México a finales de la década de los 80's. Ante la desregulación del sector cafetalero y la consiguiente inestabilidad en el precio del café, varias comunidades indígenas agrícolas de estados productores como Chiapas, Guerrero, Veracruz y Oaxaca, contactaron con las entidades europeas impulsoras del comercio justo. Conjuntamente, pusieron en marcha un sistema de distribución y exportación independiente de las fluctuaciones del mercado y que garantizara un precio mínimo para las cooperativas de cafecultores (Otero, 2004).

Algunas instituciones del comercio justo en el país es el caso de Miel Mexicana. Es una Sociedad Cooperativa constituida por pequeños apicultores, productores de miel orgánica certificada, diferenciada por origen floral, que exportan directamente a Europa, Estados Unidos y Japón a través del sistema de Comercio Justo Internacional. Fue la primera Empresa Social Morelense certificada en Comercio Justo Internacional desde el 2001. Actualmente trabajan en nueve estados de la República Mexicana y han integrado a la cooperativa a más de 120 pequeños apicultores de escasos recursos. "Aplicamos una fórmula modelo para lograr una empresa social exitosa, potencialmente transferible y replicable, que integra una perspectiva de viabilidad a largo plazo en los aspectos económico, ecológico y social, combinando la cosmovisión de sus integrantes, sustentabilidad, capacitación, diferenciación de la miel, comercio justo, fe en el proyecto y en sí mismos, logrando una sinergia entre estos factores que resulta en alta competitividad internacional y consolidación organizativa", comentó Luis Enrique Castañón, director general de Miel Mexicana. Cabe destacar que la cooperativa ha creado empleos para combatir la pobreza y erradicar la migración a los Estados Unidos desde el 2003.

LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO.

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo.

Principio 1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica. Se refiere a la reducción de la pobreza a través del comercio como parte fundamental de los objetivos de la organización.

Principio 2. Transparencia y responsabilidad – rendición de cuentas.

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus actores y respeta la sensibilidad y confidencialidad de las informaciones comerciales proporcionadas.

Principio 3. Prácticas comerciales justas.

Las organizaciones comercian diligentemente para desarrollar el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginalizados y no buscan incrementar los ingresos del negocio a costa de ellos.

Principio 4. Pago de un precio justo.

Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos los involucrados, a través del diálogo y la participación, da un pago justo a los productores y también puede estar sostenido por el mercado.

Principio 5. No al trabajo infantil y al trabajo forzoso.

La organización cumple con el Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño, y las leyes nacionales/regionales sobre el empleo de niños y niñas.

Principio 6. Compromiso con la no Discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.

La organización no discrimina al momento de emplear, compensar, entrenar, promover, en el despido o en la jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, membresía sindical, afiliación política, estatus de VIH/SIDA o edad.

Principio 7. Garantizar buenas condiciones de trabajo.

La organización ofrece un ambiente de trabajo seguro y sano para sus empleados y/o miembros. Cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y regionales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, sobre la salud y la seguridad.

Principio 8. Desarrollo de capacidades.

La organización busca aumentar los impactos positivos del desarrollo para los pequeños productores marginalizados, a través del Comercio Justo. La organización busca desarrollar las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros.

Principio 9. Promoción del comercio justo.

La organización da a conocer los principios del Comercio Justo, y la necesidad de una mayor justicia en el comercio global a través del Comercio Justo. Promueve los objetivos y actividades del Comercio Justo de acuerdo con la capacidad de la organización.

Principio 10. Respeto por el medio ambiente.

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de las materias primas que vienen de orígenes sustentables dentro de su propia región, comprando de productores locales siempre que sea posible.

EL COMERCIO JUSTO EN LA INDUSTRIA TEXTIL

La industria textil ha evolucionado considerablemente desde la ropa elaborada en épocas prehistóricas hasta como se diseña actualmente. Sobre una base diaria, las prendas se pueden ver como el único producto universal, ya que, las sociedades y las culturas en general necesitan usar una vestimenta. Con la evolución de la industria, los problemas ambientales, sociales y económicos comenzaron a extenderse. Los textiles al igual que otras industrias no requieren personal altamente calificado, y en lugar de mejorar de acuerdo con lo planeado, las condiciones de vida para muchos trabajadores textiles han empeorado (Natalia et al., 2017). También, la industria textil es considerada como una de las principales generadoras de contaminantes de agua, aire, y desechos peligrosos. Esto surge desde el momento de adquirir la materia prima hasta el proceso de fabricación, el cual, incluye varias etapas que inducen a una contaminación peligrosa para el medio ambiente y la sociedad. La industria textil es un gran consumidor de productos químicos, muchos de los cuales son peligrosos y contaminantes. El proceso de producción de los textiles, incluyendo el teñido, el lavado, la impresión y el acabado de tejidos lleva a la descarga de grandes cantidades de aguas residuales que contienen sustancias tóxicas. Aunque la contaminación a gran escala de la industria textil ha sido un problema a lo largo de su historia, el uso más reciente de productos químicos persistentes y peligrosos representa una amenaza mayor, y muchas veces invisible para los ecosistemas y la salud humana (Acosta y Ramos, 2014).

La fabricación textil dentro de un sistema global complejo se apoya en el comercio justo como una herramienta para mejorar su imagen, el comportamiento del consumidor, el perfil de la empresa y su reposicionamiento en un mundo respetuoso con el medio ambiente y la sociedad. Busca ser diferente a los modelos comerciales más peligrosos y crear conciencia del consumidor para una decisión de compra más consciente (Natalia et al., 2017). Por ejemplo, los trabajadores de la confección que hacen ropa de Patagonia ganaron \$ 833,000 adicionales desde el otoño de 2014 hasta febrero de 2017 a través de su participación en el programa de Comercio Justo. Los empleados de Nature USA en Los Ángeles votaron para tomar su parte del dinero, que igualó hasta seis días de pago, como un bono en efectivo para pagar por cosas como la asistencia sanitaria y la matrícula universitaria para sus hijos. En Hirdaramani, en Sri Lanka, los trabajadores optaron por usar el suyo para abrir una guardería que provea a los trabajadores de la fábrica con cuidado infantil gratuito, implementar un programa de salud y saneamiento y pagar por ropa interior para mejorar la higiene individual. Y los trabajadores de MAS Leisureline, también en Sri Lanka, eligieron cupones para comprar alimentos, medicinas, artículos de tocador y otros artículos personales. Estos beneficios indirectos equivalían a dos semanas de pago. El Comercio Justo es una de las primeras herramientas que la Patagonia está usando para elevar los salarios de los trabajadores, mejorar su nivel de vida y acercarlos a un salario digno. Patagonia es una de las más de 1.000 empresas que representan 30 categorías de productos que venden productos certificados de Comercio Justo. Desde que el programa comenzó en 1998, los agricultores y los trabajadores de la fábrica han ganado unos \$ 400 millones en primas (WFTO, 2018).

Como parte de la resolución de problemas relacionados con el medio ambiente en la industria de la moda, algunas famosas marcas de moda rápida lanzaron programas de sustentabilidad. Por ejemplo, la marca H & M, una marca de moda rápida típica involucrada activamente en la eco-moda, ha atraído intereses de investigadores (Shen, 2014). Como pionero en la moda sustentable y rápida, H & M produce una "Colección Consciente"; una línea hecha de materiales ecológicos y reciclados. Esta empresa crea campañas publicitarias brillantes para alentar el reciclado de prendas de vestir, y tiene un programa de cupones que ofrece descuentos a quienes donan su vieja ropa en sus tiendas. A pesar de los esfuerzos de H & M en ser respetuosos con el medio ambiente se plantean algunas preguntas sobre si realmente mitiga el crecimiento masivo y creciente de las contaminaciones ambientales de su negocio de moda rápida. Por lo menos, la inversión colocada en sus programas eco-amigables y su énfasis holístico en la creación de un proceso más sustentable muestra la preocupación de H & M por la sustentabilidad y el comercio justo (Natalia et al., 2017).

METODOLOGÍA

La presente investigación cuenta con enfoques tanto cualitativos y cuantitativos. Hernández (2014) define a la investigación mixta como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno. Esta investigación se centra en la exploración de la sustentabilidad en una industria textil como centro de la premisa, por lo que la metodología a utilizar es la de estudio de caso. Stake (1998) utiliza el tipo caso de estudio intrínseco, que es denominado así porque interesa conocer algo en particular muy relevante, o bien, porque existe una necesidad de llevar a cabo el estudio. Es decir, se decide realizarlo porque se obtendrá información directa de su aplicación, no porque contribuirá a la comprensión de otros casos o de alguna problemática más general. La metodología de estudio de caso tiene el beneficio de que el investigador pueden hacer comparaciones con otros casos, y ser capaz de asimilar generalidades y descripciones (Yin, 1993). El propósito consiste en demostrar cómo estas características influyen de una u otra forma en un sistema, conjunto de personas o eventos con características similares. Para ello, se utilizaron el análisis de documentos, las encuestas y las entrevistas. Además, se presenta una revisión de los documentos internos de la industria, y de diferentes literaturas sobre comercio justo, sustentabilidad y desarrollo local comunitario.

La industria textil se ubica en el municipio de Baca, Yucatán, y se estudia su relación con la comunidad contemplando a la sustentabilidad en sus tres ámbitos principales: social, económico y ambiental. El diseño de las encuestas fue basado en la metodología de MESMIS (López, 1998). MESMIS se describe como una metodología para evaluar la sustentabilidad de sistemas de manejo de recursos naturales, la cual tiene como base los sistemas de producción campesina; pero lo suficientemente flexible y adaptable a diferentes sectores económicos como una herramienta de información (Mäser et al., 1999). Se recolectó información a través de 5 entrevistas a profundidad y 100 encuestas de acuerdo a un muestreo no probabilístico. Entre los actores encuestados se encuentran los colaboradores, personal de staff y los miembros de la comunidad. Además, 3 entrevistas a altos ejecutivos fueron llevadas a cabo.

RESULTADOS

La industria textil estudiada ha buscado mejorar sus estándares para la salud y seguridad ambiental en la fabricación de textiles, así como examina sus procesos de fabricación e impacto ecotoxicológico en las emisiones de agua y aire. Por eso, la industria está sometida a varias auditorías de certificación como parte de un sistema de socios-proveedores ecológicos. También, comparten la visión de Fairtrade para empresas dedicadas a los textiles, en el que los trabajadores pueden disfrutar de una vida segura y sostenible, y trabajar para su futuro. El Estándar Textil Fairtrade permite establecer los requisitos que

aplica a los trabajadores a lo largo de toda la cadena de suministro textil, desde la participación del productor hasta el comerciante, el cual, se marca en el Sistema Fairtrade bajo el principio de responsabilidad compartida. El enfoque de Fairtrade incluye la congregación de los actores en las cadenas de suministro de textiles hacia la sustentabilidad, y prácticas justas para beneficiar a los trabajadores de la industria que se encuentra insertada en la comunidad. También, ésta industria cuenta con un programa de sustentabilidad, el cual contempla objetivos y estrategias que los ayuden a alcanzar las metas y compromisos planteados en su plan de acción empresarial. A continuación, se muestran los resultados de acuerdo a los ejes de la sustentabilidad, así como aquellos resultados relacionados con el comercio justo.

Eje ambiental

El 58% de los colaboradores quienes están directamente relacionados en la operación consideran que el proceso productivo no contamina a la comunidad donde se ubica la industria; asimismo al preguntar si la empresa contamina, el 66% de ellos piensa que no es el caso de la empresa textil estudiada. Igual existe un 95% del personal staff o mandos medios encuestados quienes consideran que los procesos de producción no representan peligro alguno para los empleados y miembros de la comunidad. Para los habitantes de la comunidad el 65% de los encuestados considera a la empresa textil como una empresa no contaminante; sin embargo existe un 35% que considera a la empresa textil como contaminante y que si afecta la salud de la población debido a su operación.

En relación a la externalidad negativa de la industria a través de los años, el 65% de los mandos medios encuestados considera que durante los últimos cinco años no ha habido ningún problema en cuestión de contaminación; no muy diferente a lo que el 70% de los encuestados miembros de la comunidad consideran. Sin embargo existe un 30% de la comunidad que opina lo contrario donde ubican a la empresa textil con un grado alto de afectación a la comunidad. Estas afectaciones se dan principalmente mediante residuos líquidos y sólidos. Esto debido al uso de tintura y contenedores.

Sobre el cuidado del ambiente la industria textil cuenta con diferentes tipos de certificaciones que regulan el impacto ambiental, así como normativas a cumplir para atender a tiempo la problemática ambiental. Por lo cual, el 85% considera que las certificaciones ambientales en la empresa funcionan bien; sin embargo un 15% considera que solo unas cuantas veces estas funcionan y no cumplen con toda la normatividad. Esta normatividad se refiere a preservar y tratar de mitigar el impacto ambiental que toda actividad productiva pueda repercutir al medio ambiente.

En relación a las pláticas informarles con colaboradores y mandos medios se puede destacar algunos comentarios en relación a las afectaciones al ambiente, los colaboradores consideran que tal vez no exista una contaminación como para decir que no afecta pero si tienen, la incertidumbre de cómo les puede afectar el hecho que exista una planta de tal magnitud, ya que manifiestan que la contaminación del aire no creen porque es una empresa que no despiden grandes cantidades de dióxido de carbono al ambiente, y al contar con una planta de tratamiento de aguas como se puede afectar, a su vez comentaron que hay ciertas prácticas que para ellos, no representan mejoría alguna, tales como el tener focos ahorradores en las instalaciones si al final los hornos y lámparas están en funcionamiento en todo momento. Por lo contrario los mandos medios y supervisores se encuentran muy comprometidos con todo lo que representa un bien respecto al medio ambiente, a tal grado que son los promotores de dichas acciones.

Eje social y económico

Al analizar los resultados se consideró el beneficio que aporta el salario, al igual que los beneficios sociales que la empresa les otorga a todos los actores de la compañía.

Un 74% de los colaboradores entrevistados consideran que la empresa textil si aporta mediante el ofrecimiento de empleo y beneficia a la comunidad; pero tratándose de la remuneración económica del salario percibido mencionaron en un 42% inconformidad con su percepción económica considerándola insuficiente para poder tener un estilo de vida pleno. Aunque, cabe mencionar que existió un 30% que no lo consideró de este modo. Por ejemplo, un 41% considera su percepción salarial como excelente, el 35% considera como regular, y 25% considera como mala la percepción salarial.

Los mandos medios al ser cuestionados sobre la percepción salarial el 55% consideraron como correcto y justo la remuneración que se percibe por parte de la empresa, pero un 45% considera completamente lo contrario. Desde el punto de vista de los habitantes de la comunidad un 90% considera que la presencia de la empresa textil, y su relación con la activación económica local y comercial, es un beneficio y promueve el crecimiento económico de la comunidad, sin embargo un 10% de la población no opina lo mismo, ya que considera como indiferente tal beneficio económico para la comunidad.

Cuando se preguntó sobre la duración de la jornada laboral digna catalogada como ‘cantidad de horas trabajadas por remuneración recibida’, los colaboradores respondieron en un 34% que si tienen una jornada laboral digna. Mientras que un 66% comentó que la jornada laboral no es equitativo el número de horas trabajadas por la remuneración que reciben. En el caso del personal de mandos medios no se recibieron respuestas al respecto, ya que ellos mencionaron que la jornada laboral es completamente diferente a la de los colaboradores, y prefirieron no emitir comentarios.

En relación a la relación grupal, toma de decisiones y promoción de ideas, algunos de los resultados fueron los siguientes: El 66% de los colaboradores se consideran atendidos cuando existe alguna problemática social en sus labores, como por ejemplo, permisos o conflictos internos, en un 62% de los colaboradores respondieron que la empresa “Si” brinda apoyo en la cuestión social a los trabajadores, en particular si tienen un evento familiar. Cuando esta pregunta se realizó a los miembros de la comunidad un 75% de las personas encuestadas si consideran benéfico del apoyo que la empresa textil brinda en cuestión social tanto a los familiares-trabajadores, como a los propios habitantes del municipio de Baca. Ya que cuando hay eventos comunitarios, la empresa otorga los permisos para que acudan junto con su familia. Un 25% de la población contestó no estar enterado de dicho beneficio o como esta pueda beneficiar en cuestión social a la comunidad. Cuando se trata de apoyo social el personal staff o mandos medios el 70% de los encuestados considera que la empresa social “Si” los apoya cuando se requiere alguna ayuda familiar o social, el 30% no está informado que exista tal apoyo.

Otro indicador a analizar fue la del grado o interés en la participación a las actividades que la empresa textil realizar para promover la inclusión de la sociedad que labora en la empresa textil así como también a los miembros de la comunidad, tales como torneos de deportes, celebraciones y ferias ya se del trabajo o de alguna festiva, así como actividades recreativas con fines ambientales como son la forestación y limpieza de playas, dichos los resultados fueron; con respecto a la comunidad el 55% de los habitantes encuestados ven las acciones realizadas por la empresa textil como de ayuda en la promoción e interacción con la comunidad, solamente un 45% les resulta indiferente estas actividades, y manifestaron no haber participado en ninguna actividad.

Otro punto de interés de los colaboradores es acerca de los beneficios que otorga la iniciativa fair trade donde muchas de las personas se encuentran un poco desilusionadas ya que consideran que su voz no es

escuchada ya que a pesar de contar con un comité, sienten que este comité no respalda sus intereses ya que en la última entrega, no se decidieron que otorgar y sienten que no fueron tomados en cuenta. En cuanto a la participación los empleados expresaron cierta inconformidad al respecto de las situaciones de índole social como la participación en los eventos sociales como ha sido las festividades ya que la mayoría de las veces estos se llevan a cabo en horas de la jornada laboral y las personas desean ser tomados en cuenta para estar involucrados en este tipo de promoción ya que de cierta manera limitan la participación, otros de los comentarios suscitados son que muchas veces al estar e diferentes turno ni se enteran de los eventos y está peor porque se sienten desatentados por parte de la empresa, a su vez comentaron que no se toman en cuenta todas las comunidades de donde son los miembro de la empresa (colaboradores y mandos medios), y solo se centran en el municipio de Baca, y no en toda la región.

Como se ha mencionado en los párrafos anteriores en los resultados considerando los aspectos de la sustentabilidad, cabe mencionar que existe cierta similitud en los resultados a lo que se refiere en los aspectos económicos, tanto los colaboradores como mandos medios, coinciden en que el salario es una área de oportunidad para lograr que se pueda cumplir con los objetivos de una empresa sustentable, caso contrario con los miembros de la comunidad de Baca, quienes consideran que el salario es buen remunerado, esto se derivó ya que una de las condiciones de las personas encuestadas fue: no entrevistar a cabeza de familia que estuvieran relacionados con algún miembro de la familia que labore directamente en la fábrica textil.

Otro punto a resaltar es la ambigüedad que existen entre los empleados de la fábrica textil ya que los colaboradores consideran una necesidad de atención la jornada laboral digna en cuestión de turnos y horas, y en los mandos medios no asoma esta misma situación, y en lo que respecta al aspecto ambiental no existe correlación entre los colaboradores y personal staff así como la gente de la comunidad, ya que para la comunidad el impacto ambiental es preocupante para los empleados directos (colaboradores) la prevención es una área de oportunidad y para los mandos medios es una fortaleza el tema de prevención.

Políticas y estrategias de la industria textil frente al comercio justo.

La empresa textil ya cuenta con la certificación de ser proveedor del comercio justo y ha entregado los primeros beneficios a 1,500 colaboradores de los 2,700 que se encuentran actualmente laborando. Tras largo tiempo en la negociación con los proveedores para los materiales certificados, y así cumplir con los requisitos de la responsabilidad del cliente, tales como algodón orgánico y el poliéster reciclado, se tuvo que crear un comité de comercio justo. Los cuales fueron elegidos de acuerdo a ciertos requisitos que el organismo solicita, tales como número de años de antigüedad en la empresa y que abarque todas las áreas con las que cuenta la compañía. Estos a su vez fueron elegidos mediante votación interna de acuerdo a la planta donde laboran. Una vez conformado el comité y con la certificación la empresa empezaba a confeccionar los productos (playeras) con las etiquetas de productor Fairtrade y exportando durante todo el 2017. Una vez que los recursos de la venta de las playeras del comercio justo, el comité sesionó y se tomó la decisión democráticamente de utilizar los recursos y el poder de compra grupal para comprar dos tipos de premios (primas). Estos fueron: a) una estufa de gas y despensa, y b) una bicicleta con cobertores, y optar por la que más les beneficie, ya sea por mejorar su vida hogareña o recurrir a un nuevo medio de transporte. Para distribuir las estufas a los hogares de los trabajadores, la gerencia de la fábrica y el comité de comercio justo de la fábrica coordinaron un complejo sistema de puntos de entrega en toda la región, la entrega se hizo en el mes de enero del 2018.

Durante la entrevista con los directivos de la empresa se recabaron las siguientes respuestas.

Un directivo comentó que era fundamental la incorporación de la empresa en el ámbito de la sustentabilidad, ya que las exigencias del mercado y políticas internacionales lo estaban requiriendo. Él resaltó lo siguiente:

La empresa textil lleva ya 15 años plantada en la comunidad de Baca, Yucatán, en un principio empezamos como un taller, pero con el paso de los años esto deja de ser aquel taller con 30 a 50 personas, convirtiéndose en una micro a una media empresa como es el caso actual con más de 2,100 colaboradores y contando con una planta en Tizimín, Yucatán. Como toda empresa tenemos que cumplir ciertos requerimientos ante el gobierno, y al tratarse de una empresa del giro maquilador, es indispensable cumplir los lineamientos que nuestros socios comerciales nos demandan, tales como políticas y códigos de conducta. Sin embargo, en el año 2011 hubo una gran catástrofe en una maquiladora de nuestro mayor socio comercial (Nike Inc.), y a partir de esto detonó un gran cambio de perspectiva considerando el enfoque de la sustentabilidad como un parte aguas para cambiar el rumbo y dar algo a cambio por todo lo que la gente nos otorga. Es así que nuestro socio comercial nos invitó a conformar este concepto en nuestra empresa, a tal grado que se creó el propio departamento con el nombre de “Sustentabilidad” a cargo de las cuestiones medio ambientales y de seguridad e higiene en el año de 2014, empezando con la certificación en la norma de ISO 14001.

Otro directivo mencionó como la empresa beneficia a los colaboradores y a los miembros de la comunidad, “la sustentabilidad adoptada en la empresa textil, no impacta directamente a la comunidad, es decir no es que ellos reciban algo de nosotros directamente, aquí en la empresa creamos una “política ambiental”, la cual engloba una afectación, turnándola a que sea de una manera positiva, un ejemplo de este impacto es que si consumo el agua el cual es un recurso natural vital, el impacto positivo es la reducción de dicho consumo o la eliminación de químicos para su tratamiento de agua residual en la planta de tratamiento”. Un tercer directivo mencionó que los colaboradores se ven beneficiados al proveerles un espacio libre de contaminación, ya que la certificación ISO 14001 nos rige para cumplir con el cuidado del medio ambiente al momento de realizar nuestro trabajo día con día. Y con esto se logra que la salud de las personas no sea dañada.

La industria textil ha implementado ciertas estrategias para impulsar significativamente la empresa como sustentable, así como también a la existencia del vínculo con el gobierno para fomentar la parte sustentable. Un directivo resaltó lo siguiente:

Como mencione con anterioridad existen objetivos de responsabilidad muy relacionados con los recursos humanos, donde se implementa actividades para fortalecer las relaciones laborales y estas a su vez fortalezcan la unión empresa trabajador, algunas de las actividades o estrategias son el Comercio Justo (fair trade) es una iniciativa por parte del cliente Patagonia donde otorga beneficios a los colaboradores al ser productos elaborados por manos artesanales y materia prima del tipo orgánico, se han hecho actividades altruistas, así como eventos culturales.

Respecto a la relación del gobierno con las prácticas sustentables, el 90% de los programas y actividades derivadas de nuestros planes anuales son principalmente generados por la dirección general y las cabezas de cada departamento, e impulsos por nuestros clientes, ya que muchas veces son requerimiento que se debe tener para poder seguir fortaleciendo la cadena comercial y que la empresa se convierta en un negocio aportando beneficios a la región en que se trabaja y nos brinda los espacios para la producción.

Después de haber mencionado un poco más sobre la estrategia social del comercio justo, la mayoría de los colaboradores entrevistados de manera formal han comentado que a raíz de la entrega de los beneficios fair trade su vida ha cambiado de manera positiva ya que considera que los beneficios recibidos muchas veces han sido objetos que no se contaban o que ya requerían algún tipo de cambio, tal fue el caso de una empleada de costura que manifestó que ella en su hogar seguía utilizando leña para poder preparar sus alimentos, pero en la primera entrega de los beneficios del fairtrade a los colaboradores estos recibieron una estufa, una despensa, y un set de cobertores; por lo que ella comenta que le era imposible adquirir dicho producto, pero con fairtrade sus necesidades fueron cubiertas y así poder considerar el gasto no realizado para la compra de los artículos considerarlo como un ingreso extra, propiciando que así se pueda dar marcha al motor para enaltecer el desarrollo económico y social de los colaboradores y miembros de su familia.

Discusión

Uno de los objetivos de la sustentabilidad es combatir la crisis ambiental debido al predominio de una racionalidad económica basada en la acción productiva, lo cual ha llevado a una situación límite en términos ambientales, poniendo en riesgo la existencia de la vida humana y, por otro lado, provocando desigualdades económicas y sociales (Marañón, 2014). Uno de los mayores problemas ambientales en la industria textil es la contaminación de agua, aire, y los desechos peligrosos. Esto surge desde el momento de adquirir la materia prima, el proceso de fabricación, hasta el sistema de distribución y disposición final del producto, el cual, podría inducir a una contaminación peligrosa para el medio ambiente y la sociedad. La industria textil es un gran consumidor de productos químicos, muchos de los cuales son peligrosos y contaminantes. Aunque, los miembros de la comunidad si manifestaron su preocupación por el impacto ambiental que podría ocasionar la industria al servicio del agua, a través de sus residuos líquidos. El manejo de sus residuos está bajo control, y es un problema ambiental que está presente hoy y en el futuro, por lo que sus acciones y estrategias con relación al tema ambiental siempre deberán ser planeadas y supervisadas para evitar una posible catástrofe al medio ambiente.

La empresa cuenta con la norma ISO 14001:2004 que especifica los requisitos para un sistema de gestión medioambiental y permite a la industria desarrollar e implementar una política y objetivos sobre aspectos ambientales significativos. La empresa intenta impulsar un empleo productivo, y crear pautas de producción y consumo que no degraden al medio ambiente. En particular, el reto es la reconversión industrial, el fomento de la innovación, el desarrollo y la sustentabilidad. Sin embargo, se debe tener precaución en combinar la industria y tecno-ciencia con más petróleo y otros combustibles fósiles que es la causa principal de la desigualdad ambiental y social, la cual amenaza a la supervivencia biológica, ecológica, cultural y humana (Toledo, 2015).

El comercio justo puede contribuir al desarrollo económico y social de los trabajadores y las comunidades cercanas a la industria. Así como de una iniciativa a nivel internacional por transitar de una industria deshumanizada, hacia una con relación al bienestar de las personas que trabajan en las industrias, y promover prácticas comerciales equitativas. Otero (2014) comenta que la promoción de este tipo de comercio apoya la generación de salarios justos para que los trabajadores vivan dignamente. Sin embargo, más de la mitad de los colaboradores de la industria estudiada manifestaron no estar satisfechos con el sueldo que reciben. Ellos mencionan que no es suficiente por el tipo de trabajo que desempeñan. Esto significa que a pesar de que la empresa demuestra un interés por garantizar ingresos suficientes y justos para sus trabajadores, algunas acciones económicas hacen falta por consolidar, como involucrar a los colaboradores en mesas de diálogo sobre el significado de un pago justo para todos.

Otra de las acciones que la empresa está emprendiendo como parte del comercio justo es otorgar bonos en efectivo y en especie como apoyo a las familias de los colaboradores. Natalia et al. (2017) comenta que algunas industrias de la moda ya empiezan a considerar programas de comercio justo, otorgando beneficios económicos y culturales a sus trabajadores. Entre los beneficios se encuentran la asistencia a la educación de los hijos, pago de guarderías, campañas de higiene personal, bonos en especie, entre otros. Por ejemplo, la empresa fomenta la convivencia con la comunidad y sus miembros, colaborando y participando en eventos culturales y sociales, así como dando las facilidades a sus trabajadores de asistir y convivir. Al mismo tiempo, realiza campañas de conciencia ecológica entre los empleados, clientes y proveedores proporcionando información sobre el ahorro de energía y agua dentro de la industria. Con esto se busca crear conciencia sobre el manejo de recursos y materiales reciclados. Como comenta Shen (2014), la industria textil debe promover producciones y ventas limpias y sustentables, alentando un comercio amigable con el medio ambiente y mitigando el cambio climático. Si bien el comercio justo marca una nueva ética en la manera de producir textiles, también es cierto que las grandes industrias deberían ir más allá de la responsabilidad social.

Conclusiones

La sustentabilidad en las empresas textiles es cada vez más considerada como una acción importante para el logro de los objetivos ambientales, sociales y económicos. Esto involucra a las personas que colaboran en dichas empresas, así como también el entorno ambiental en que se desenvuelven y las comunidades que se encuentran a su alrededor. En este caso de estudio se puede concluir que la empresa textil ha incidido en los tres aspectos de la sustentabilidad, tanto económico, social así como también lo ambiental, de una manera muy responsable; tal es el grado que el cambio se denota por las respuestas de la gente y el crecimiento que la empresa ha tenido a lo largo de su apertura a la fecha. Las certificaciones con las que cuenta la compañía son orientadas a una especie de campaña para poder competir con las grandes empresas del mercado, pero a diferencia de algunas, no solo se consideran con estrategias de mercado, sino también como parte de la filosofía y se ve reflejado desde el momento que uno entra a las instalaciones, mostrando la vanguardia en cuanto a la creación y aplicación de procesos amigables para el medio ambiente, impulsando las carreras de los colaboradores, y desarrollando actividades que impulsen el bienestar de los municipios que rodean a la fábrica textil.

Asimismo, el comercio justo se deriva de la sustentabilidad a través de los principios fundamentales del bienestar humano y ecológico (Fernández y Gutiérrez, 2013). Estos principios consideran la equidad, el equilibrio y la precaución como ejes hacia el logro del cuidado del medio ambiente y de la sociedad, como son las oportunidades para colaboradores en desventaja económica, ingresos justos, y condiciones de trabajo seguro y limpio, así como entornos ecológicos sanos (Miguel y Tavares, 2015.) La industria se preocupa por mantener un equilibrio entre los servicios ambientales que hay que proteger en la comunidad y el manejo de sus residuos sólidos y líquidos. Aunque, un nivel de contaminación siempre será inevitable por el giro de la empresa, y problemas ambientales pueden emerger en cualquier momento. Muchas de sus acciones van dirigidas hacia impactar lo menos posible en las aguas subterráneas de la región y disminuir los riesgos de contaminación.

Sin embargo, el comercio justo no debe usarse como una forma de crear dependencia de los colaboradores y altos estándares morales hacia la empresa. Las empresas deben adquirir compromisos sobre cómo mantener una justicia social y ambiental, ambientes sanos y cordiales hacia las metas del comercio justo y la sustentabilidad. La sustentabilidad puede ser alcanzada si los principios del comercio justo son aplicados de manera puntual, y con la colaboración y compromiso de todos los integrantes de la industria. De hecho, las empresas podrían caer en una doble moral, por un lado promover las metas de sustentabilidad ambiental y social, incluyendo el comercio justo; y por otro lado, seguir lineamientos

impuestos por una racionalidad económica dominante a nivel global, donde su prioridad es generar ingresos para sus accionistas y ser competitiva sin importar que los recursos naturales son finitos, y los recursos humanos deben ser cuidados y desarrollados.

Hoy en día, las empresas deben responder a nuevas formas de hacer las cosas en beneficio de las personas, sus economías, y el medio ambiente. Deben también responder a nuevos entendimientos de ver la sustentabilidad y el comercio justo en la industria textil, ya que pocas investigaciones hablan sobre este tema, y no hay mucha información que mencione los compromisos, alcances y resultados de dichas industrias en México y Yucatán. Tampoco, hay información sobre la participación de los colaboradores en la generación de ideas y toma de decisiones sobre estos aspectos. Por lo que, nuevos esquemas son necesarios para caminar hacia una verdadera transformación del comercio justo que apoye las metas de un desarrollo sustentable a nivel local, y que las industrias textiles sean más inclusivas y justas social y ambientalmente.

Finalmente, para Patagonia y la empresa textil, el Comercio Justo es el primer paso en el camino hacia el pago de salarios dignos en la cadena de suministro. El Comercio Justo es una forma de hacer una elección consciente para un mundo mejor. Al optar por comprar una prenda de Comercio Justo, está emitiendo un voto a favor de los buenos valores, una oportunidad no muy común de la economía global. Por eso, la industria textil debería empoderar y crear círculos de confianza y gobernanza desde abajo hacia arriba, así como crear mejores estrategias de sustentabilidad que fortalezca su camino hacia la prosperidad de sus colaboradores y miembros de las comunidades locales, y para ella misma.

Referencias

Referencias bibliográficas

Acosta A., Ramos G. C., (2014), "El buen Vivir más allá del desarrollo" Buena Vida, Buen Vivir:

Imaginario alternativo para el bien común de la humanidad, (México) UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.

Enkerlin Ernesto C., (1997). *Ciencia Ambiental y Desarrollo Sustentable*. México: Ed. Internacional Thomson Editores.

Fair Trade International. (2018). *What is FairTrade*. Recuperado de <https://www.fairtrade.net>

Fair Trade USA. (2018). *Shopping/fair-trade-clothing-guide*. Recuperado de <https://www.fairtradeusa.org>

Fernández, L. y Gutiérrez, M. (2013). Social, Economic and Environmental Welfare for present and Future Generations. *Información tecnológica*, 24(2), 121-130. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642013000200013>

García, B. y Solís J. (2008). ¿Contaminando con sus jeans?, *La Ciencia y el hombre*

Volumen XXI Numero 1, Veracruz. Revista de divulgación Científica y Tecnológica de la Universidad Veracruzana.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill

International Institute for Sustainable Development. (1992). *Deloitte & Touche; the*

World Business Council for Sustainable Development. Business Strategy for Sustainable Development: Leadership and Accountability for the 90s; Diane Publishing Co.: Collingdale, PA, USA.

Kastenhofer, K. (2011). *Sustaining sustainability science: The role of established inter-disciplines*. Wien: ELSEVIER.

Lee, N., Yun, J.C., Youn, C., & Lee, Y. (2012). Does green fashion retailing make

consumers more eco-friendly? The influence of green fashion products and campaigns on green consciousness and behavior. *Cloth. Text. Res. J.*, 30, 67–82.

López, H. (1998). *La metodología de la encuesta*. En: Galindo, J. (Coord.), Técnicas de investigación

en sociedad, cultura y comunicación (pp. 33-73). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Addison Wesley Longman de México.

Masera, O., Astier M., Lopez-ridaura, S. (1999). *Sustentabilidad y Manejos de recursos naturales: el marco de la evaluación MESMIS*. Mexico. Mundi Prensa Mexico.

Marcillo, C. (2015). *Vive Comercio Justo, Manual Básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador (Quito)*. UTE Ecuador.

Miguel, C. y Tavares, M. (2015) *El desafío de la sostenibilidad ambiental en América Latina y el Caribe*. Textos seleccionados. Santiago de Chile.

Natalia, M., Trevor, BM., y Sabrina, SA. (2017). Fair Trade and Sustainability in the British Textile

Industry: An Evolution from Exploitation towards Global 'Equality', *Journal of Textile Science & Engineering*, 7(6), 1-8 <https://doi.org/10.4172/2165-8064.1000324>

Otero, A.I. (2004), Análisis y posicionamiento del comercio justo y sus estrategias (Quebec) Universidad de Quebec y Montreal.

Hansson, S. O. (2010). *Technology and the notion of sustainability*. Stockholm: ELSEVIER.

Kastenhofer, K. (2011). *Sustaining sustainability science: The role of established inter-disciplines*. Wien: ELSEVIER.

Phinder, K. G. (30 de Abril de 2008). *Sustentabilidad, ¿concepto o compromiso?* Obtenido de Merca2.0: <http://www.merca20.com/sustentabilidad-concepto-o-compromiso/>

Shen, B. (2014). Sustainable Fashion Supply Chain: lessons from H&M, *Sustainability*, 6(9), 6236-6249; <https://doi.org/10.3390/su6096236>

Siegel, D.S. & Wright, P.M. (2006) Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43, 1-18.

Stake, R. E. (1998). *Investigación con estudio de casos* (Roc Filella, trad.). España: Morata. (Trabajo original publicado en 1995).

Yin, R.K. (1993). *Applications of Case Study Research*. Lodon: SAGE.

Wempe, J. (2005). Ethical Entrepreneurship and Fair Trade. *J Bus Ethics*, 60, 211-220, <https://doi.org/10.1007/s10551-005-0129-0>

World Fair Trade Organization [WFTO]. (2018). *10 Principios del Comercio Justo*. Recuperado de <https://www.wfto-la.org/>