



El Comercio Justo a escala internacional tiene sus inicios en el año de 1960 y en 1964 aparece oficialmente en el Marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo “Comercio, no Ayuda”.

El impulso para su consumo vino principalmente de las organizaciones civiles de Europa. La premisa del movimiento fue que, además de brindarles ayuda financiera, los países del Tercer Mundo necesitan generar los recursos para que ellos mismos se desarrollen.

En los ochentas empezó la venta de una amplia variedad de productos bajo esta etiqueta y una mejora en la calidad de los mismos, provocando un incremento en la demanda en el mercado internacional de nuevas mezclas de café, tipos de té, miel, azúcar, cacao, nueces y otros productos.

La economía solidaria

El comercio justo se define como una asociación comercial que favorece al desarrollo sostenible de los productos excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales; propicia la participación plena y consciente de

los productores de bienes y servicios y de quienes los consumen, buscando como orientación y dirección la reproducción de la vida; rechaza toda forma de explotación de las necesidades y el trabajo ajenos y toda discriminación; elimina la razón de lucro como único y principal sentido de la actividad económica; afirma la fuerza de la cooperación como instrumento; y sirve en lugar de utilizar las necesidades económicas, sociales y culturales de las personas y de las comunidades.

En su funcionamiento, el comercio justo tiene como objetivo el eliminar intermediarios innecesarios, logrando que los productores y sus familias, generalmente en el sur, reciban una remuneración suficiente por sus productos de parte de sus contrapartes en el norte con el fin de lograr un adecuado nivel de vida. Esto implica un precio justo, financiamiento y una relación comercial de largo plazo.

Diez principios

1. Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente.

2. Libre iniciativa y trabajo.
3. Rechazo a la explotación infantil.
4. Igualdad entre hombres y mujeres.
5. Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
6. El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
7. Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
8. Se valora la calidad y la producción ecológica.
9. Respeto al medio ambiente.
10. Evitar intermediarios entre productores y consumidores.

Objetivos del comercio justo

- Garantizar un salario justo a los trabajadores.
 - Mejorar las condiciones de seguridad e higiene en el lugar de trabajo.
 - Igualdad de oportunidades para las mujeres.
 - Salvaguardar las minorías étnicas.
 - Una mejora en las condiciones de vida gracias a las primas destinadas a realizar inver-

Una **cadena** de suministro para el comercio justo de productos primarios en México

siones comunitarias (educación, sanidad, vivienda, etcétera).

- Productos de calidad.

Redes y actores

El comercio justo se compone de una red de diversos actores que cumplen diferentes funciones con el fin de acortar la distancia entre productor y consumidor. Todo esto con el fin de evitar la larga cadena de intermediarios que normalmente existe en el comercio tradicional, la cual obstaculiza la obtención de información respecto de la procedencia y las condiciones de elaboración de los productos y absorbe gran parte de las ganancias de la comercialización de

éstos, encareciendo, por lo tanto, el producto que se ofrece al consumidor final. Básicamente son:

- Productores.
- Organizaciones nacionales e internacionales.
- Tiendas de comercio justo.

Implicaciones

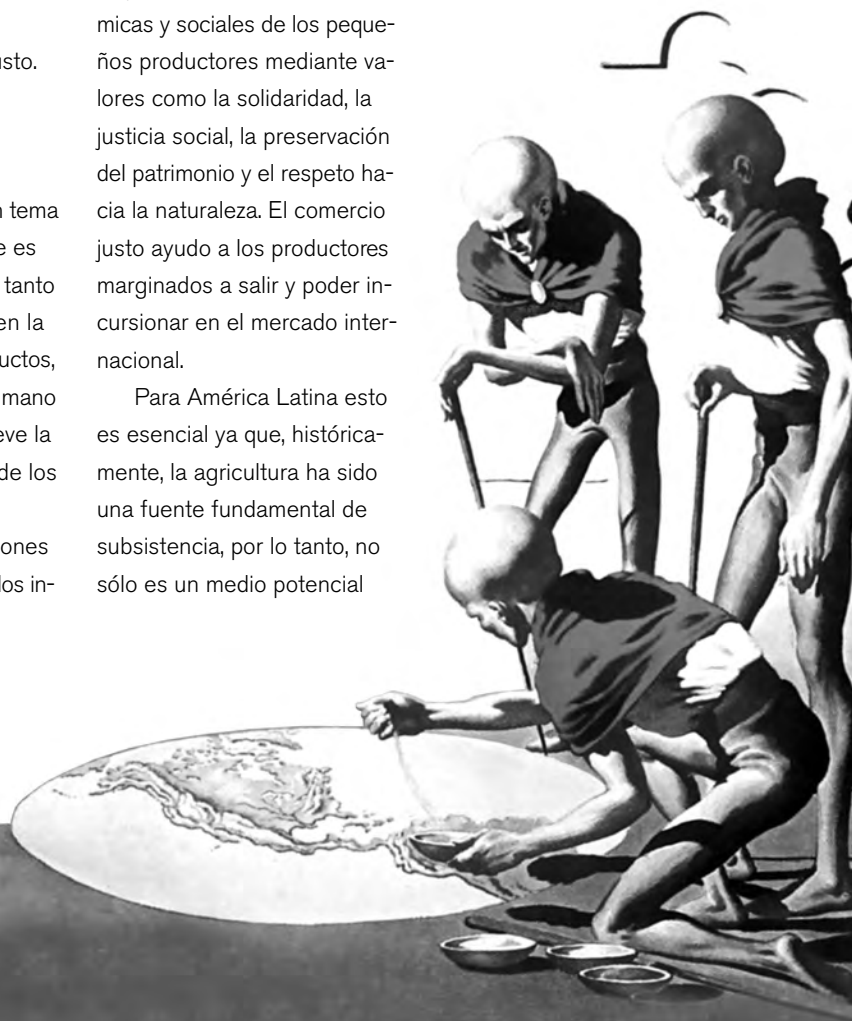
El comercio justo toca un tema fundamental hoy día, que es el de la igualdad laboral, tanto en la producción como en la comercialización de productos, evita la explotación de la mano de obra infantil y promueve la dignidad de los salarios de los trabajadores.

Una de sus implicaciones es el disminuir o eliminar los in-

termediarios para que se pueda pagar un mejor precio directamente al productor.

Una parte fundamental del comercio justo es que busca mejorar las condiciones económicas y sociales de los pequeños productores mediante valores como la solidaridad, la justicia social, la preservación del patrimonio y el respeto hacia la naturaleza. El comercio justo ayuda a los productores marginados a salir y poder incursionar en el mercado internacional.

Para América Latina esto es esencial ya que, históricamente, la agricultura ha sido una fuente fundamental de subsistencia, por lo tanto, no sólo es un medio potencial



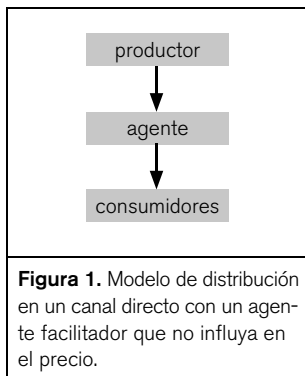


Figura 1. Modelo de distribución en un canal directo con un agente facilitador que no influya en el precio.

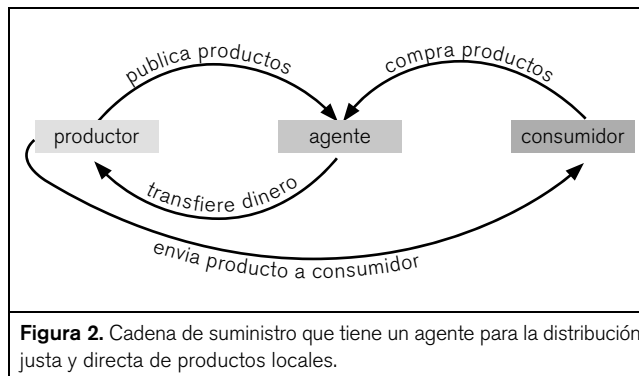


Figura 2. Cadena de suministro que tiene un agente para la distribución justa y directa de productos locales.

clave para las estrategias de reducción de la pobreza y el desarrollo, sino un sector de suma importancia respecto de la seguridad alimentaria y la sustentabilidad ambiental de los países.

Una metodología

La aquí propuesta metodología tiene como finalidad implementar una buena cadena de suministro para eliminar los intermediarios y que exista un trato directo entre productor y consumidor final (el modelo general se presenta en el diagrama de la figura 1).

El agente puede ser desde una tienda minorista (siempre y cuando no influya de manera

directa en la decisión del precio final) hasta una plataforma digital de distribución de productos de una manera justa, ampliándose la cadena de suministro como se muestra en la figura 2.

Conclusiones

Si bien tradicionalmente, hasta hace no mucho, el consumidor compraba solamente lo que se produce en un país, no lo hacía de una manera justa, ya que las tiendas de detalle influyen en el precio final del producto, lo cual se traduce en precios altos para los consumidores finales y compra a precios bajos para el productor.

Por otro lado, el comercio justo existe desde tiempos muy antiguos pero en zonas restringidas. La cadena de suministro aquí explicada busca incentivar al productor a poner el precio al cual quiere vender en el mercado y que sea este mismo precio el que tenga que pagarse al ser comprado su producto. Con este modelo, que incluye un agente facilitador en la cadena de suministro, se espera obtener resultados como un aumento en el Producto Interno Bruto (PIB) del país y en su producción agrícola, así como un incremento en la demanda de productos locales y que éstos sean comprados directamente al productor.



Ignacio Rubén Ortuño Albarrán
Bladimir Méndez Villaseñor
Hiram Felipe Ramírez Acosta
José de Jesús Contreras Navarrete
 Instituto Tecnológico de Morelia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade Egas, Fabián. 2008. "Comercio Justo o Economía Solidaria", en *Revista AFESE*, vol. 49, núm. 49, pp. 103-118.

Caballero, Hilda. 2015. "La economía solidaria en México", en *Revista Problemas del desarrollo*, vol. 46, núm. 181, pp. 205-207.

Ceccon Rocha, Brisa. 2008. *El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Ceccon Rocha, Brisa y Eliane Ceccon. 2010. "La red del Comercio Justo y sus principales actores", en *Boletín del Instituto de Geografía*, UNAM, núm. 71, pp. 88-101.

Lara Pineda, O. 2000. "El Comercio Justo en Europa. Evolución, funcionamiento, estructura institucional y tendencias", en *CIAT*, 8 de marzo.

Martínez Martínez, M., A. Montes del Castillo y M. Carrillo Escobar. 2008. *Comercio Justo y Consumo Res-*

ponsable en la Universidad de Murcia. Nuevas propuestas, en *Anales de IV Congreso Universidad y Cooperación al Desarrollo*, Barcelona.

Socias Salvá, Antonio y Natividad Doblás. 2005. "El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias", en *Revista de economía pública, social y cooperativa*, CIREC-España, núm. 51, pp. 7-24.

IMÁGENES

P. 26 y 27: Virgil Finlay, *Fantastic Universe Science Fiction: Intruders on the Moon*, vol. 7, núm. 4, 1957.