

Comercio Justo y Economía Social Solidaria: Teorías y su desarrollo en la economía mundial

Carlos Germán Palafox Moyers¹, Joel Enrique Espejel Blanco²
y Claudia Adriana Ochoa Noriega³

La integración económica a través del NAFTA (México, Estados Unidos y Canadá) ha generado ganadores y perdedores en la región. Por el lado de los ganadores se encuentran las empresas transnacionales y los grandes productores, por el lado de los perdedores se encuentran las comunidades indígenas, los grupos de campesinos, las cooperativas, entre otros. El objetivo del artículo es presentar una propuesta teórica-metodológica de lo que sería una visión de integración vía el Comercio Justo, diferente a la integración económica clásica, así como analizar un conjunto de experiencias que se han presentado en diversas regiones del mundo bajo la perspectiva teórica del Comercio Justo y la nueva Economía Social Solidaria nos permitan confirmar o rechazar los planteamientos de este cuerpo teórico. Uno de los resultados es que no hay un soporte teórico-metodológico base en la conceptualización del Comercio Justo, además no existe una sistematización de los principios que sustentan estos conceptos.

Palabras claves: Comercio Justo, Economía Social Solidaria, Capital Social, Integración Económica.

Códigos JEL: F15, O19, P46.

1. Introducción

En los últimos años la economía mundial ha transitado por procesos de integración económica en donde su máximo desarrollo ha sido el proceso de globalización, en el cual se ha configurado un nuevo proceso de apertura y bloques comerciales entre países (Guerra, 2012).

Este patrón de comercialización internacional, presenta, entre algunas de sus características, una creciente desigualdad en la distribución de los ingresos, ya que, por una parte están las empresas transnacionales y los grandes productores que han sido favorecidos en este proceso, y por otro lado, un sector aglutinado en comunidades rurales e indígenas, grupos de campesinos y cooperativas que han sido excluidos de los beneficios del proceso de integración económica de orden mundial (Stiglitz, 2006).

Ante esta grave situación se ha construido una alternativa de comercialización de productos libres de contaminantes y químicos (orgánicos), así como de artesanías

¹ Doctor en Ciencias Económicas y Profesor-Investigador Tiempo Completo, Departamento de Economía, Universidad de Sonora. Blvd. Luis Encinas y Rosales, Col. Centro, Hermosillo, Sonora, México, C.P. 83000. Teléfono: 662 259 21 67, Email: economia@guaymas.uson.mx

² Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales y Profesor-Investigador Tiempo Completo, Departamento de Economía, Universidad de Sonora. Blvd. Luis Encinas y Rosales, Col. Centro, Hermosillo, Sonora, México, C.P. 83000. Teléfono: 662 259 21 67, Email: jespejel@pitic.uson.mx

³ Estudiante de la Maestría en Procesos de Integración Económica, Departamento de Economía, Universidad de Sonora. Blvd. Luis Encinas y Rosales, Col. Centro, Hermosillo, Sonora, México, C.P. 83000. Teléfono: 662 259 21 67, Email: claudia08a@hotmail.com

elaboradas por familias, asociaciones, cooperativas que provienen de regiones pobres y marginadas de América Latina, África y Asia (Stiglitz y Charlton, 2006). Esta alternativa ha constituido una respuesta positiva a los problemas que enfrentan pequeños productores para la venta en sus mercados locales y un respiro para su comercialización en los mercados globales (Torres, 2008).

El objetivo del artículo es analizar y conceptualizar el Comercio Justo y la Economía Social Solidaria como un elemento clave en el fortalecimiento de Capital Social y que ello contribuya al desarrollo económico de los actores locales que han sido desplazados por la dinámica del comercio internacional convencional.

Así, la pregunta que da lugar a la investigación es la siguiente, ¿el Comercio Justo y la Economía Social Solidaria constituyen una opción para impulsar formas alternativas de integración económica a las formas tradicionales de comercio internacional? En esta nueva forma de integración busca mantener la cultura de las comunidades, la igualdad de género, el cuidado y sustentabilidad del medio ambiente, la ampliación de oportunidades para el desarrollo de los individuos y de la colectividad, la reducción de la brecha de desigualdades, espacios libres de violencia para mujeres y niñas, la no explotación de niños y niñas en cualquier fase de producción y comercialización de la producción, la inversión en proyectos de salud, educación, programas de viviendas para la comunidad, así como programa de becas para niños y jóvenes. En esta nueva forma de relación comercial se considera a las personas y su entorno regional, cultural, de tradiciones milenarias como el eje de desarrollo y no el mercado que solo visualiza la matriz de precios y costos de producción.

El presente artículo se estructura de la siguiente manera. En el primer apartado se detalla la introducción de la investigación. En el segundo se describen los elementos teóricos del comercio internacional y del Comercio Justo, así como el planteamiento de los supuestos teóricos de investigación. En el tercero se expone el diseño de la metodología utilizada para dar respuesta a la pregunta de investigación. Finalmente, se presentan los principales resultados y conclusiones que se derivaron del estudio.

2. Revisión de la Literatura

2.1 Teorías sobre el Comercio Internacional y el Comercio Justo

Los fundamentos teóricos de la investigación se soportan en dos grandes vertientes. Por una parte están las Teorías Clásicas del Comercio Internacional, con un bagaje teórico que se han venido desarrollando en los últimos dos siglos cuyo impulsor teórico científico fue David Ricardo (1876) y, por otro lado, las incipiente Teorías del Comercio Justo que están soportadas en las Teorías de la Economía Social Solidaria encabezadas por Corragio (2006).

El soporte teórico del Comercio Internacional se fundamenta en la Teoría Clásica del Valor Trabajo desarrollada por David Ricardo en su obra "*Principios de Economía Política y Tributación*" (1817). Este enfoque científico se centra en las ventajas comparativas que se obtienen en la producción de un bien en un país determinado, y esta ventaja permite que se desarrolle el comercio Internacional entre las naciones (Krugman y Wells, 2006).

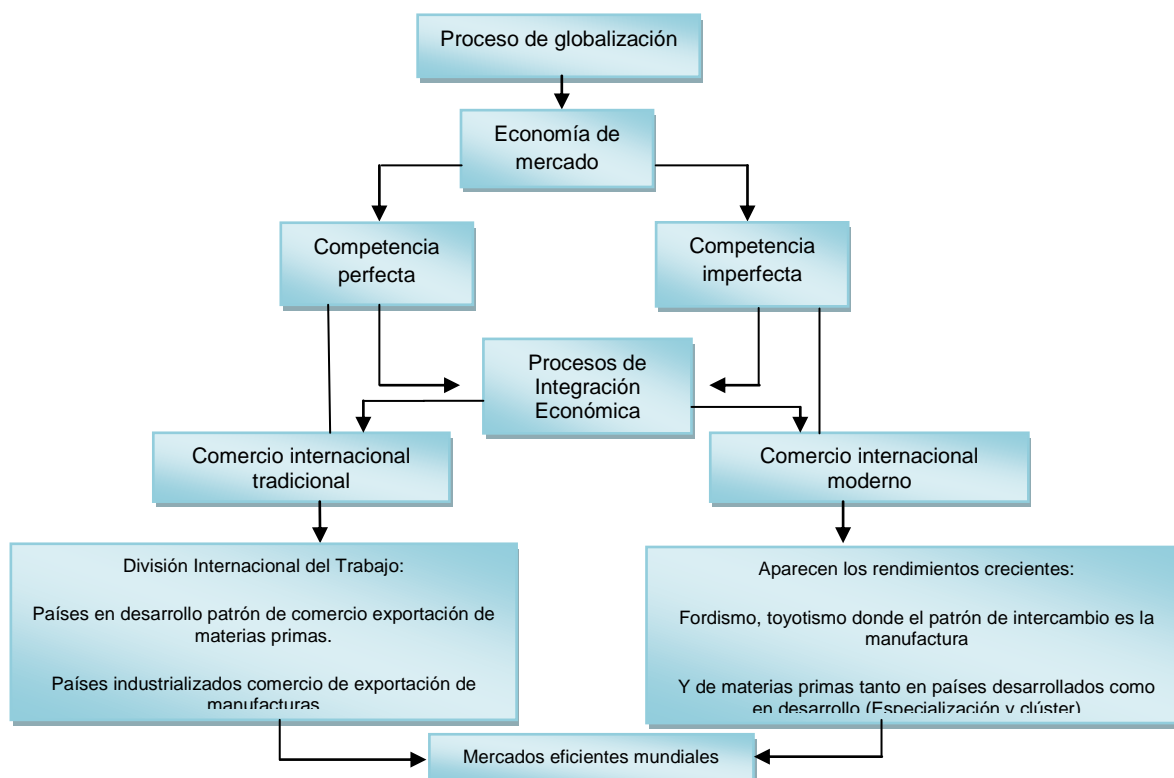
Así, en los últimos años la economía mundial se ha caracterizado por una economía de mercado, y de acuerdo con Adam Smith, en su libro "*La Riqueza de las Naciones*" (1776;

Palafox, Espejel & Ochoa

2001), existe una mano invisible que persiguiendo solo el interés propio termina consiguiendo lo que le interesa a la sociedad en su conjunto. Las Teorías Clásicas del Comercio Internacional destacan dos fases teóricas de análisis. En la primera fase (competencia perfecta), el patrón de comercio internacional se presenta vía exportación de productos manufactureros de los países desarrollados hacia los subdesarrollados y, por otro lado, la exportación de materias primas de los países en vías de desarrollo a los industrializados, así la especialización e integración estaba determinada por la tecnología y las condiciones naturales de cada país. Esta fase corresponde a la de un capitalismo poco desarrollado en términos tecnológicos vía rendimientos decrecientes a escala o de costos crecientes.

En la segunda fase (competencia imperfecta), se desarrolla un proceso de integración económica soportada por las economías a escala vía rendimientos crecientes o costos decrecientes, lo que generó un nuevo patrón de comercio internacional denominado comercio intra-empresarial e inter-empresarial que se desplegó tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, generándose con ello estructuras de tipo oligopólicas y de competencias monopolísticas, y por otra lado, resurgen los nuevos distritos industriales o clústers en ambos espacios (Robinson, 1969) (ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Esquema del proceso de globalización en la economía de mercado y sus procesos de integración económica



Fuente: Elaboración propia.

La segunda vertiente teórica es la denominada Teoría del Comercio Justo cuya base es la Teoría de la Economía Social y Solidaria, específicamente la del Capital Social. De acuerdo con los teóricos Bourdieu (1980; 1997), Coleman (1990) y Putman (1993), el Capital Social es el agregado de los actuales o potenciales recursos que están relacionados con la posesión de una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizada de conocimiento y reconocimiento mutuo, en otras palabras, es la

Palafox, Espejel & Ochoa

pertenencia a un grupo que le brinda a cada uno de sus miembros un respaldo social, una credencial que le permite acreditarse, de los beneficios mutuos en los diversos sentidos de la palabra (Palafox, et al., 2012).

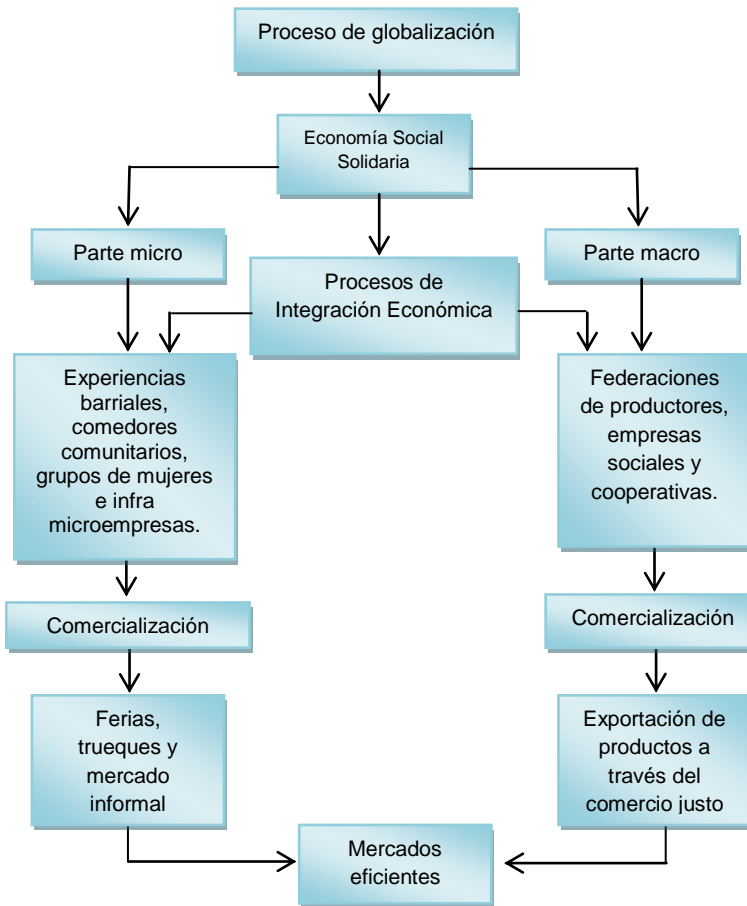
Por otra parte, es importante considerar los enfoques de los organismos internacionales sobre Capital Social y Cohesión Social en el que destaca el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como el Banco Mundial (BM), donde la parte esencial de la teoría descansa en las redes perdurables entre grupos con un respaldo social de acuerdo a su solidaridad y cohesión social.

Bajo esta perspectiva de análisis teórico la Economía Social Solidaria es un elemento clave del Capital Social que amplía la posibilidad de contribuir al desarrollo económico regional. Así, Mutuberría (2003) comenta que en los últimos años una serie de prácticas y discursos asociados al concepto de Economía Social Solidaria se han venido utilizando en varias regiones del mundo, como es el caso de Canadá (Montero, 2003), México (Otero, 2006), Ecuador (Coraggio, 2009), Perú (Cotera, 2009), Argentina (Aguirre, 2008; Coraggio, 2010), Nicaragua (Fardiño, 2010) y España (Emaús Fundación Social, 2010). La conceptualización de la Economía Social Solidaria es considerada, en este análisis, como un factor clave en la construcción del Capital Social que posibilita la contribución al desarrollo económico regional y local.

Estas prácticas y formas de emprendimiento, desde una visión microeconómica, se agrupan en pequeñas experiencias barriales, comedores comunitarios, grupos de mujeres, ferias e intercambios de trueque en algunas comunidades indígenas y urbanas marginadas. Como lo señalan Caracciolo y Foti (2003), los emprendimientos familiares y los trabajadores de la vía pública, aún no han tenido la oportunidad de acercar sus intereses entre sí y con otros sectores sociales, en el modo de organizarse y ser así más consecuentes y eficientes en su defensa. No obstante también deben considerarse dentro de la economía social, pues dependen de su propio esfuerzo y trabajo para salir adelante.

En la visión macroeconómica, destacan las federaciones de productores, las empresas sociales, las cooperativas, algunos productores privados, en el desarrollo y aplicación de los protocolos de Comercio Justo que en este caso constituyen las exportaciones de productos provenientes de estas organizaciones hacia países desarrollados bajo los mecanismos de las redes internacionales de Comercio Justo como es la Asociación Internacional de Comercio Justo (*International Federation of Alternative Trade*, IFAT, por sus siglas en inglés) y el Acuerdo Europeo de Libre Comercio (*European Free Trade Association*, EFTA, por sus siglas en inglés) quienes se encargan de garantizarle a los productores una retribución económica más alta mientras cumplan los criterios dentro de los que se basa la economía social solidaria (Ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Esquema del proceso de globalización y la economía social solidaria y su proceso de integración económica



Fuente: Elaboración propia.

Otro papel importante de estas redes internacionales que promueven el Comercio Justo es la intervención o presión que imprimen a los gobiernos para que sean retomadas estas prácticas comerciales justas desde una política económica en los países en vías de desarrollo.

2.1.1 Comercio Justo Un Tipo No Convencional De Intercambio Comercial

En los últimos años el Comercio Justo ha constituido una alternativa de comercialización para productos y artesanías provenientes de organizaciones de productores, familias, talleres y cooperativas en América Latina, África y Asia. Esta alternativa de comercio ha constituido una respuesta a los problemas que presentan muchos de los pequeños productores de éstos países para poder colocar sus productos en el mercado mundial.

Así, el concepto de Comercio Justo y lo que se traduciría en una práctica de comercio no convencional o alternativo, surgió a partir de las brechas cada vez más amplias de desarrollo desigual de Norte a Sur.

Para Ceccon (2008), los inicios del Comercio Justo nacen con la Organizaciones de Comercio Alternativo (*Alternative Trade Organizations*, ATOS que por sus siglas en inglés), las cuales empezaron a operar en los años cuarenta en Estados Unidos y en Europa, en los años sesenta en el Reino Unido con las tiendas OXFAM con la venta de

Palafox, Espejel & Ochoa

artesanías de los refugiados chinos y quienes crearían en 1964 la primera importadora de Comercio Justo en los Países Bajos (Holanda y Bélgica), la cual tiene el nombre Organización Mundial de Comercio Justo (*World Fair Trade Organization, WFTO*, por sus siglas en inglés).

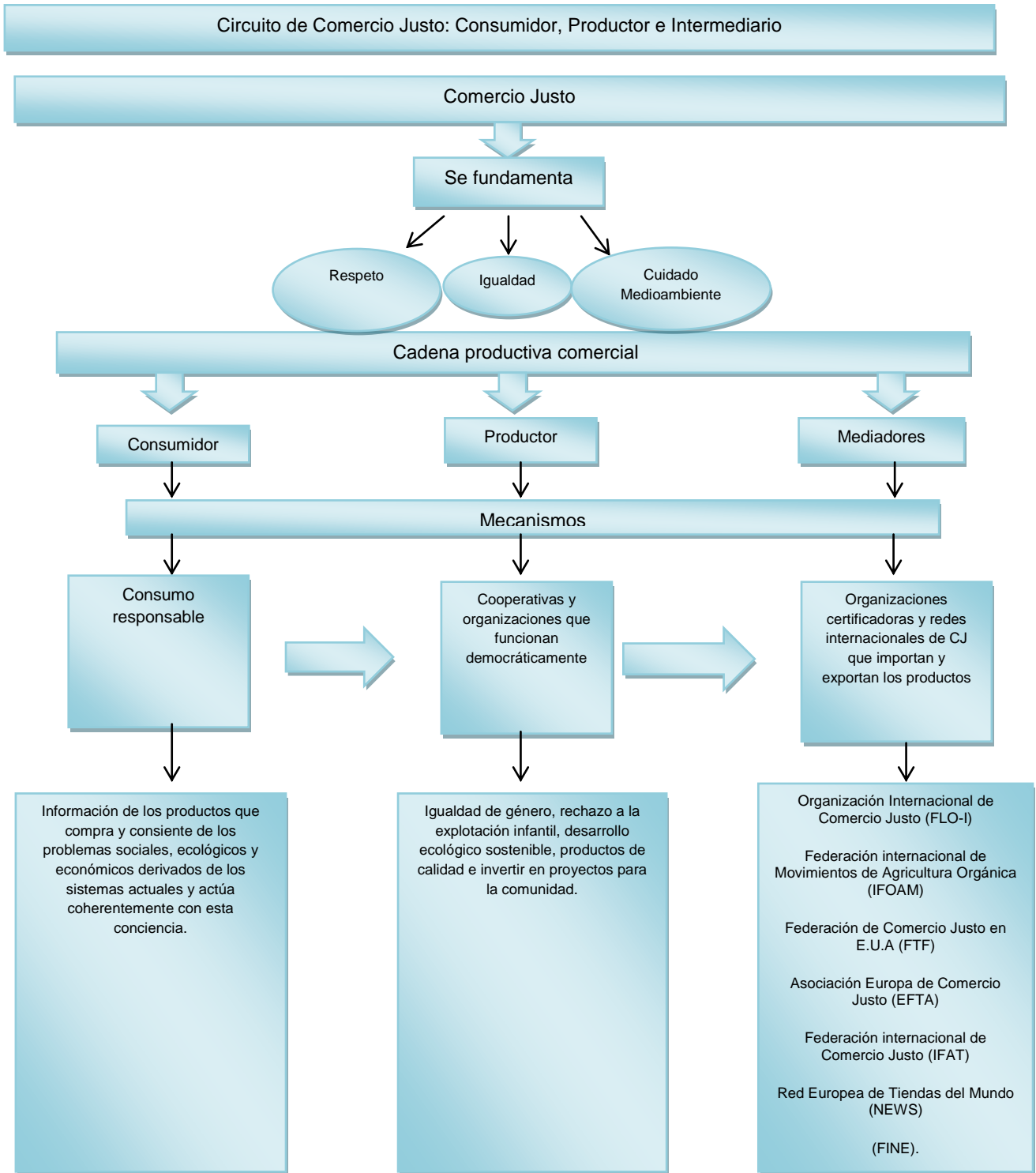
Por otra parte, en Holanda con la fundación en 1959 de la Agencia Ayuda y Desarrollo de las Juventudes Católicas se difundían los principios ideológicos del movimiento, los cuales contribuyeron a la expansión del Comercio Justo y más tarde en 1967 se crearían en este país dos organizaciones de comercialización: *The Alternative Trade Oraganisatie y Stichting Idee* (Lara, 2000).

Finalmente, en España se desarrollaría por parte de la sociedad civil un mecanismo de información hacia lo que es el Comercio Justo y la importancia del consumidor informado hacia los productos que compra. Para de esta manera poder llevar acabo los mecanismos de comercialización de productos provenientes de América Latina, Asia y África hacia Europa (De la Torre, 2004).

El Comercio Justo, de acuerdo a diversos autores, es un comercio solidario, equitativo y constituye una propuesta alternativa al comercio internacional convencional, basada en garantizar a los productores del sur una compensación justa por su trabajo y para la comunidad (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2007). Otros autores lo ven como una estrategia en la lucha contra la pobreza, pues la concentración de la riqueza y la capacidad para lograr metas de desarrollo distanciaron el norte del sur (Iglesia, Jaime y Castillo, 2004; Watkins y Flower, 2002). El Comercio Justo es promovido por diversas organizaciones no gubernamentales, es decir, deriva de movimientos de organizaciones civiles que nace en Europa y cuyo lema central es ejercer un trabajo con dignidad, respetando los derechos humanos, el rechazo a la explotación infantil, la igualdad entre hombres y mujeres y el proceso de ser solidario tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores. Asimismo, Stiglitz y Charlton (2006), desarrollaron todo una estrategia comercial que les permite a los países más pobres del mundo un comercio más libre y justo, los autores consideran que los países en vía de desarrollo deben obtener una mayor valoración de los recursos naturales bajo su suelo y aplicar una empresariedad social, bajo el esquema de un “comercio justo” que busque alternativas autosustentables y empresarialmente viables para satisfacer necesidades sociales de la sociedad.

Para cumplir con los objetivos antes citados el Comercio Justo lleva a cabo una serie de procedimientos a lo largo de toda la cadena productivo-comercial, esto es, los productores, mediadores y consumidores juegan un rol importante para poder tener resultados cualitativos y cuantitativos (ver Gráfico 3).

Gráfico 3: Circuitos de Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia.

2.2 Formulación de Supuestos Teóricos

El Comercio Justo y la Economía Social Solidaria constituyen una opción para impulsar formas alternativas de integración económica a las tradicionales de Comercio Internacional convencional. La Teoría Clásica del Comercio Internacional sustenta que el intercambio internacional de bienes y sus respectivas ganancias, por medio del libre

Palafox, Espejel & Ochoa

comercio conducen al bienestar máximo y al equilibrio del comercio exterior (Villarreal, 1979). Pero, las Teorías del Comercio Justo proponen una nueva forma de relación comercial, la cual considera a las personas y su entorno regional, cultural, de tradiciones milenarias como el eje de desarrollo y no el mercado que solo visualiza la matriz de precios y costos de producción.

Por las argumentaciones científicas anteriores, se podría plantear y demostrar que hay regiones en el mundo donde el proceso de comercialización, bajo el protocolo del Comercio Justo, generan un sobreprecio, pagado por los consumidores justos, que se destina para el mejoramiento de la comunidad en términos de educación, salud, equidad de género, espacios libres de violencia para mujeres y niñas, cuidado del medio ambiente (Guerra, 2012), éstos últimos elementos claves para la reconstrucción del tejido social y productivo de la sociedad, es decir incrementar la cooperación internacional para el desarrollo (Domínguez, 2005) con nuevos esquemas de emprendedurismo y economía social como mecanismo de inserción sociolaboral (Melían y Campos, 2010) para los pequeños productores (Torres, 2008), logrando con un ello un proceso de integración económica más justa entre las naciones (Stiglitz y Charlton, 2006). Por tanto, se formulan los siguientes supuestos teóricos de investigación:

S1: *El Comercio Justo como alternativa de comercialización internacional de los países en vías de desarrollo ayudaría a mejorar la construcción del Capital Social de las comunidades marginadas de dichos naciones.*

S2: *El Comercio Justo como alternativa de comercialización internacional de los países en vías de desarrollo ayudaría a incrementar la Integración Económica entre los países desarrollados y en desarrollo.*

3. Metodología

El diseño de la investigación comprende el análisis descriptivo de los casos y experiencias que bajo una lógica de Comercio Justo, los cuales han buscado la manera de colocar sus productos en el mercado internacional y local mediante prácticas alternas de comercialización internacional y con ello mejorar las condiciones de calidad de vida de su comunidad. Además, la implementación de nuevas prácticas de comercialización más justas incrementaría la integración económica entre los pequeños productores de las economías emergentes y los consumidores de las economías desarrolladas.

Con el objetivo de dar una respuesta tentativa a las premisas teóricas de investigación planteadas se realizó un revisión exploratoria de las experiencias de alternativas de comercialización por medio de Comercio Justo por continentes, con el propósito de exponer los principales caso de éxito que han experimentado algunas naciones en el contexto internacional y demostrar descriptivamente que esta nueva práctica de comercio alternativo realmente mejora las condiciones de vida de la sociedad por medio de la reconstrucción del Capital Social, pero también se ven incrementado el proceso de integración entre los economías desarrolladas y en vías de desarrollo por medio de los productores y los consumidores justos.

3.1 Experiencias de Comercio Justo y Economía Social Solidaria en el mundo

Hoy en día millones de personas y agricultores en pequeñas organizaciones son miembros del comercio justo y experiencias de economía social solidaria en el mundo. De

Palafox, Espejel & Ochoa

acuerdo con el Reporte Anual de la Organización de Comercio Justo (*Fair Trade Organization*, FLO por sus siglas en inglés) (2012) se registraron 1,07 millones de agricultores en pequeñas organizaciones que son miembros de comercio justo a nivel mundial y 168,000 personas trabajando en la certificación de *Fair Trade Organization*, sumando un total de 1,24 millones de agricultores y personas que se benefician del Comercio Justo. De tal manera el porcentaje por región registra que un 59% de las organizaciones de productores de Comercios Justo se encuentran en África, mientras que en América Latina y el Caribe suman un porcentaje del 24% y Asia con un total del 17%. Las experiencias por continente son distintas pero no menos importantes. A continuación se exponen los principales casos de éxito por continentes de la implementación de la práctica comercial de Comercio Justo.

Europa

Tan sólo en el Continente Europeo las ventas de Comercio Justo en el país Español facturaron 26 millones de euros lo que muestra una cifra alentadora, aun cuando se sitúa lejos de la media europea (De la Torre, 2004). Ya que de acuerdo con el Reporte Anual de la FLO (2012) el gasto medio por habitante en 2011 fue de 0,55 euros, unas diez veces menor que en el resto del continente o en países como Francia o Alemania y muy lejano de los niveles de Suiza (29 euros por habitante y año) o Reino Unido (24 euros). En Alemania la tendencia es alentadora, se gastaron 447 millones de euros en productos de comercio justo un 16% más que el año anterior. Cabe señalar que en el continente europeo los circuitos de Comercio Justo están estrechamente ligados a las tiendas en donde se distribuyen los productos importados por los continentes de África, América latina y el Caribe y Asia. Tan solo en Alemania existen 800 tiendas de Comercio Justo llamadas "*Eine Welt Laden*" (Reporte Anual FLO, 2012).

África

En el Continente Africano el Comercio Justo también muestra sus frutos un ejemplo es el de Kenia, donde la horticultura de exportación genero una ganancia de 906 millones de dólares estadounidenses y se estima que la exportación de frutas y verduras frescas desde África Subsahariana hacia el Reino Unido es el sustento de entre 1 a 1,5 millones de personas. Este tipo de comercio ha ayudado a África, a reducir su dependencia de la ayuda asistencialista, y a largo plazo podría apoyar su desarrollo (Santamaría, 2007).

Latinoamérica y el Caribe

En el contexto Latinoamericano y del Caribe el desarrollo del modelo cooperativista está directamente asociado con el Comercio Justo lo que ha provocado un cambio en la forma del funcionamiento de las áreas rurales; los agricultores se unen, intercambian y experimentan juntos. La unión en cooperativas ha favorecido fuertemente la conversión a la agricultura orgánica. Donde los productos que tienen una fuerte presencia en las cooperativas son el café y el plátano. En los últimos años en América Latina y el Caribe se han inclinado a desarrollar mecanismos de comercialización a nivel local mediante políticas económicas que favorecen la comercialización mediante los canales de Comercio Justo.

Casos como el de Brasil, con "*Faces do Brasil*" que es una plataforma de organizaciones que está integrada por asociaciones de productores y productoras, trabajadores y trabajadoras, organizaciones no gubernamentales y gestores gubernamentales que se

Palafox, Espejel & Ochoa

centra en la articulación nacional de comercio justo y solidario. En dicho proceso colectivo, se creó la base conceptual del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SCJS), que logra en Noviembre de 2010 la firma del Presidente Luiz Inácio Lula da Silva para instaurarlo como política pública, mediante decreto presidencial. Este sistema público es un conjunto de conceptos, principios, criterios, actores y espacios de gestión y control social, dispuestos en una única estrategia de afirmación y promoción del Comercio Justo y Solidario en el país. El Decreto creó la Comisión Gestora Nacional, compuesto por la sociedad civil (emprendimientos de producción, comercialización y consumo) y el gobierno (tres ministerios del Gobierno Federal).

Y la cual ha tenido un resultado favorable en el fortalecimiento de canales de comercialización y de consumo solidario. Por ejemplo, en la creación y difusión de metodologías, en el apoyo al desarrollo de nuevas experiencias, en la difusión de buenas prácticas. Brasil participa hace muchos años del movimiento internacional de comercio justo, haciendo producción y exportación de productos como el café, nueces de anacardo, ropas, artesanías, jugo de naranja, juguetes educativos y cacao, entre otros productos, generando beneficios para grupos productivos que han tenido acceso a un mercado más justo, con precio y condiciones más apropiadas (Faces do Brasil, 2013).

México

Los inicios del Comercio Justo en México es en la década de los ochenta en un contexto para México llamado como la década perdida con altas tasas de inflación y en el sector agrícola y pecuario una crisis que se iría profundizando, lo cual llevaría a los pequeños campesinos a hacerse nuevos replanteamientos ante un contexto de nuevas demandas para la comercialización (Lustig y Pérez, 1982; Calva, 1998; Yúnez, 1988).

La incursión en el Comercio Justo en México sería por parte de los productores cafetaleros, un sector de la rama agropecuaria que atravesaba como parte del contexto internacional y de libre comercio los problemas del bajo precio del grano, la falta de acceso a créditos, el monocultivo que impide producir mayores cantidades de otros productos agrícolas, la ausencia de servicios públicos (e.g. agua, energía eléctrica, drenaje, transportes) problemas que se tenían con la crisis en todo el agro mexicano (Aguirre, 2005).

En 1999, México se consolida como una **Asociación Civil del Comercio Justo** y crea su propia marca de sello de garantía del Comercio Justo con esto asegura que los productos cumplen con los criterios establecidos, para así poder comercializarlos a nivel local en donde participan asociaciones de productores de los estados de Oaxaca, Chiapas, Puebla, Morelos, Veracruz y Yucatán, principalmente. En la última década se han unido a esta dinámica productores de otros estados y se han incorporado diferentes productos de comercialización. Actualmente, las organizaciones certificadas bajo el sello mexicano que ofrecen al mercado sus productos se muestran en la Tabla 1.

Palafox, Espejel & Ochoa

Tabla 1: Organizaciones de productores en el Comercio Justo de México

Producto	Número de organizaciones	Ubicación geográfica
Café	11	Oaxaca, Chiapas, Guanajuato, Puebla
Miel	5	Chiapas, Yucatán y Puebla
Ajonjolí	1	Oaxaca
Limón	2	Oaxaca y Campeche
Chocolate	2	Chiapas
Nopal	1	Distrito Federal
Mango	2	Oaxaca, Campeche
Maracuyá	1	Oaxaca
Frescos y procesados	9	Chiapas y Distrito Federal
Artículos de limpieza	2	Distrito Federal

Fuente: Elaboración propia con datos de la página de Comercio Justo: www.comerciojusto.com.mx

Estos productos se comercializan en más de cincuenta puntos de venta situados principalmente en el Distrito Federal y área metropolitana, Chiapas, Morelos y Puebla. Hay 18 tiendas orgánicas y solidarias distribuidas en otros tantos estados del país (Ver Figura 1).

Figura 1: Mapa de los puntos de venta de los productos de Comercio Justo



Fuente: Comercio Justo México: www.comerciojusto.com.mx.

El Comercio Justo México, trabaja con una red de pequeños productores orgánicos que ascienden a 50 mil familias. En el trayecto, Comercio Justo México, A.C., ha creado diversas actividades enfocadas a integrar a más productores al proceso del Comercio Justo. Para ello, ha brindado acompañamiento a organizaciones de pequeños productores en su integración al Comercio Justo; genera información y herramientas que permitan a las personas, empresas y organizaciones integrarse al Comercio Justo; participa en campañas, eventos y foros de discusión y promoción (Comercio Justo México, 2013).

La producción orgánica de México se destina en 85% al mercado de exportación. Entre los productos más exportados en Comercio Justo están el café que es producto de mayor exportación, la miel, las frutas, las hortalizas y el ajonjolí. Los países a los que principalmente se exportan son: Alemania, Holanda, Japón, Inglaterra y Suiza, entre otros.

4. Discusión de los Resultados

El análisis descriptivo muestra que cada día más países y personas han incursionado en emprendimientos con una base de solidaridad y llevan a cabo requerimientos que son parte de las preocupaciones de las economías del mundo, como el cuidado al medio ambiente, la no explotación infantil y la igualdad de género, y se han dado cuenta que con una base colectiva pueden tener un mayor beneficio a su trabajo, prueba de ello, es que cada vez más los países crean instituciones de gobierno y organismos no gubernamentales que fomentan el Comercio Justo bajo la política de mejorar las condiciones de vida de la población (Capital Social), por tanto, se da respuesta al primer supuesto teórico formulado.

Sin embargo, es importante aclarar que estos emprendimientos no cubren el total de la demanda de estos problemas, pero si constituyen una alternativa que ya se está dando en algunos países. Tales son los casos de África, América, Latina y Asia que han incursionado en los mecanismos del Comercio Justo y han tenido resultados favorables para insertar a sus pequeños productores en el comercio internacional pero por una vía de transacciones más justas.

Para el caso del segundo supuesto teórico, es difícil brindar una respuesta tentativa al mismo, ante la falta de información estadística de los impactos que ha generado el Comercio Justo al Comercio Internacional -por medio de los canales logísticos de abastecimiento (importación) y distribución (exportación) convencionales-, pero se establece que a raíz del nacimiento de nuevas organizaciones que promueven esta práctica comercial alternativa en los países emergentes, los pequeños productores están emprendiendo dicho modelo de comercialización social con el objetivo de intercambiar sus productos con las economías desarrolladas ante el consumo responsable que demandan los consumidores justos, lo que implica un proceso de integración económica de carácter social solidario. No obstante, faltaría que las estructuras políticas y gubernamentales consideren y comprendan las nuevas alternativas incluyentes de desarrollo social como lo es el Comercio Justo, poniendo al ser humano y sus necesidades como prioridad (Guerra, 2012).

5. Conclusiones Generales

Las consecuencias de seguir con un modelo de comercio internacional que no vislumbre en sus transacciones tratos más justos para los países en desarrollo seguirán llevando a que cada vez más sectores sean marginados, en este caso los pequeños productores de países del Sur (Cotera, 2009). Por tanto, el Comercio Justo y la Economía Social Solidaria son una opción para debatirse en los escenarios gubernamentales y políticos de los países y que sean llevados a implementación de política públicas integrales y focalizadas por sectores y regiones de potencialidad económica.

Ante el panorama tan incierto que generan las actuales estructuras globalizadas de comercio internacional, en México, los inicios del Comercio Justo han significado un abanico de opciones tanto a aquellos que trabajan el campo en pequeñas parcelas, como a los propietarios de microempresas de transformación y venta de productos. De esta manera, el Comercio Justo constituiría una alternativa para los productores ante las crisis y los lineamientos del comercio convencional que desplazan a los pequeños productores.

Palafox, Espejel & Ochoa

Sin embargo, debido al desconocimiento del modelo estratégico y social de comercialización internacional justa y de su estructura sistemática por parte de la mayoría de los pequeños productores del país, la implementación del Comercio Justo por regiones es muy incipiente, ya que solo el 28% de los estados en México están activos y siguen este patrón alternativo de modelo económico que ha beneficiado a muchos de los productores mexicanos, principalmente del sur del país. Por tanto, sería recomendable, que haciendo llegar el Modelo de Comercio Justo a toda la república se puede consolidar una base social y ética más sólida en las transacciones comerciales y contribuir a la mejora de la confianza, la cohesión e inclusión y la acción colectiva de las comunidades, consolidando con ello el Capital Social, pero a su vez, se integraría a los países ricos y pobres por medio de la economía social solidaria.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, D., 2008, "*Ahorro popular en las villas de emergencia en la ciudad de Buenos Aires: un estudio de caso*". Tesis de Maestría en Economía Social. Buenos Aires, Universidad Nacional del General Sarmiento.
- Aguirre, F., 2005, "Antecedentes Comercio Justo", *Revista Vinculando* [En línea] 10 de junio de 2005, disponible en: http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/antecedentes_comercio_justo.html
- Bourdieu, P., 1980, "El capital social. Notas provisionales", *Actas de Investigaciones en Ciencias Sociales*, Vol. 31, Francia: Centro de Sociología Europeo.
- Bourdieu, P., 1997, *Capital cultural, escuela y espacio social*. Madrid, Siglo Veintiuno.
- Calva, J., 1988, *Crisis agrícola y alimentaria en México 1982-1988*. México, Distribuciones Fontamara.
- Caracciolo, M., y Foti, M., 2003, *Economía solidaria y capital social*. Buenos Aires, Paidós.
- Ceccon, B., 2008, "*El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*". México, Coplit-arXives.
- Coleman, J.S., 1990, *Foundations of Social Theory*. USA: Harvard University Press.
- Comercio Justo México, 2013. Disponible en: www.comerciojusto.com.mx
- Coraggio, J., 2006, "*Informe de distribución de la riqueza y la asociación público-privado en la economía social*". Buenos Aires, Instituto de Estudios y Acción Social.
- Coraggio, J., 2009, "*La economía popular solidaria en el Ecuador*". Buenos Aires, Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional del General Sarmiento.
- Coraggio, J., 2010, Entrevista en el portal de economía social solidaria, [Online], Buenos Aires, Noviembre del 2010.
- Cotera, A., 2009, *Comercio Justo sur-sur: Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la comunidad Andina de Naciones*. Perú, SRL.
- De la Torre, F., 2004, *El Comercio Justo en España, Situación y Perspectivas*. Barcelona, Icaria.
- Domínguez, M., 2005, "*Comercio Justo como alternativa para la cooperación internacional para el desarrollo: La experiencia de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del ITSMO*". Tesis de licenciatura. México, Departamento de Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma Metropolitana- Azcapotzalco.
- Emaús Fundación Social, 2010, *Experiencias de Comercio Justo, Fundación Social (EMAUS)*. España, AECID.
- Faces do Brasil, 2013, Disponible en: <http://www.facesdobrasil.org.br/>
- Fandiño, M., 2010, *Comercio Justo en Nicaragua: La opción de las organizaciones de pequeños productores*. Nicaragua, SETEM.
- Guerra, P., et al., 2012, *Miradas globales para otra economía*. Barcelona, SETEM.

Palafox, Espejel & Ochoa

- Iglesia, M., Jaime, P., y Castillo, M. 2004, *Acabar con la pobreza. Un reto para la cooperación internacional*. Tercer Edición, Fundación IPADE.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2007, *El Comercio Justo como alternativa para el desarrollo equitativo: propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia*. Costa Rica, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Krugman, P., y Wells, R., 2006, *Macroeconomía: introducción a la economía*. Barcelona, Reverte.
- Lara, P., 2000, "El Comercio Justo en Europa (Evolución, funcionamiento, estructura institucional y tendencias)". CIAT, Disponible en: <http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/espanol/inicio.htm>
- Lustig, N., y Pérez, R., 1982, "Sistema alimentario: antecedentes, características, estrategias y efectos". En *Revista Latinoamericana de Economía [En línea]*, Vol. 13, Universidad Autónoma Metropolitana, disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/36972>
- Melían, A., y Campos, V., 2010, *Emprendedurismo y economía social como mecanismo de inserción sociolaboral en tiempos de crisis*. En *Revista Estudios Cooperativos*, No. 100, Universitat de Valencia, disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20100.2%20Amparo%20MELIAN,%20Vanessa%20CAMPOS.pdf>
- Montero, D., 2003, *El proceso de globalización y el comercio intraprovincial en Canadá*. México, UAM-X.
- Mutuberría, V., 2003, "El debate en torno a la Economía Social: discusiones fundamentales desde la perspectiva de los países centrales y la perspectiva de los países de la periferia". En Mutuberría (Ed.). X Encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización y Problemas del Desarrollo, organizado por la ANEC, 3 – 7 de marzo del 2003, La Habana, Cuba.
- Otero, I., 2006, "El Comercio Justo como innovación social y económica: el caso de México". *Observatoire des Amériques [en línea]* No. 31. Octubre 2006, Université du Québec à Montréal, disponible en: http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/chro_Otero_06_35.pdf
- Palafox, G. et al., 2013, El capital social como elemento de desarrollo en el Municipio de Navojoa, Sonora, México, *International Review of Business Research Papers*, Vol. 4, No. 2, pp. 12-31.
- Putnam, R., 1993, "The prosperous community: social capital and public life", *The American Prospect*. No. 13. USA.
- Reporte Anual de la Organización de Comercio Justo, 2012, *Fair Trade Organization*, FLO, disponible en: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf
- Robinson, J., 1969, *Economía de la competencia imperfecta*. Barcelona, Martínez Roca.
- Santamaría, A., 2007, *Comercio Justo y África, situación y perspectivas*. Barcelona, Icaria.
- Smith, A., 1776; 2001, *La Riqueza de las Naciones*. España, Editorial Alianza.
- Stiglitz, J., y Charlton, A., 2006. "Comercio Justo para todos", *World Ark [En línea]*, marzo/abril 2006, Heifer Project internacional, disponible en: <http://www.heifer.org/join-the-conversation/magazine/index.html>
- Stiglitz, J., 2006, *Making globalization work*. New York, Editorial Alfaguara, S.A.
- Torres, R., et al., 2008, Comercio justo una alternativa de desarrollo para los pequeños productores. *Synthesis [En Línea]* No. 46. 10 de noviembre 2008, Universidad Autónoma de Chihuahua, disponible en: http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2008/11/10/comercio_justo.pdf

Palafox, Espejel & Ochoa

- Villarreal, R., 1979, *Economía Internacional I: Teorías clásicas, neoclásicas y su evidencia histórica*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Watkins, K., y Flower, P. 2002, *Cambiar las reglas: comercio, globalización y lucha contra la pobreza*. Barcelona, Intermon Oxfam.
- Yúnez, A., 1988, *Crisis de la agricultura mexicana*. Mexico, Fondo de Cultura Económica.