

Comercio justo y economía social solidaria: Una alternativa de integración económica

Carlos Germán Palafox Moyers¹

Claudia Adriana Ochoa Noriega²

Joel Enrique Espejel Blanco³

Los resultados del comercio internacional han generado ganadores y perdedores, por un lado resaltan las grandes empresas y los grandes productores. Por otra parte, existe un sector que ha sido afectado como lo son los grupos de campesinos, las comunidades rurales, las cooperativas entre otros que habitan en países pobres del sur. Por tanto, el objetivo del artículo de investigación es la búsqueda y el diseño de mecanismos que contrarresten las fallas de los sistemas actuales, y que se traduzcan en políticas sociales para dar una solución a las personas más desprotegidas. El comercio justo es una alternativa que va encaminada hacia prácticas de una economía más social y solidaria y mediante éstos mecanismos que se fundamentan en una base de solidaridad y cooperativismo, en los últimos años el comercio justo muestra una serie de emprendimientos que bajo esta lógica han dado respuesta a los problemas existentes de desempleo, pobreza, desigualdad de género y contaminación.

Palabras claves: Comercio justo, economía social solidaria, integración económica

JEL Codes:

1. Introducción

La economía mundial ha sido un proceso de etapas de integración económica. En donde su máximo exponente ha sido el proceso de globalización, con el cual se ha configurado un proceso de apertura comercial en los países.

Este patrón de comercialización internacional denota desigualdades, por una parte están las grandes empresas y los grandes productores que han salido favorecidos

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 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

³ 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

en este proceso. Sin embargo, existe un sector afectado de comunidades rurales, grupos de campesinos y cooperativas que habitan en países pobres de sur.

El objetivo de la investigación es analizar el comercio justo y la economía social solidaria. Y resaltar el efecto que ésta puede tener vista como un factor de capital social que contribuye al desarrollo económico y local de aquellos actores económicos que han sido desplazados por la dinámica del comercio internacional convencional.

Así, la pregunta que da lugar a la investigación es que 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.

El presente artículo se estructura de la siguiente manera. En el apartado uno se detalla la introducción de la investigación. En el segundo apartado se describen los elementos teóricos del comercio internacional y el comercio justo así como el planteamiento de la hipótesis de trabajo. En el siguiente apartado se expone el diseño de la metodología utilizada para dar respuesta a los objetivos de investigación. En el apartado cuatro se presentan los resultados y finalmente, se presentan las principales conclusiones del estudio.

2. Revisión de la literatura

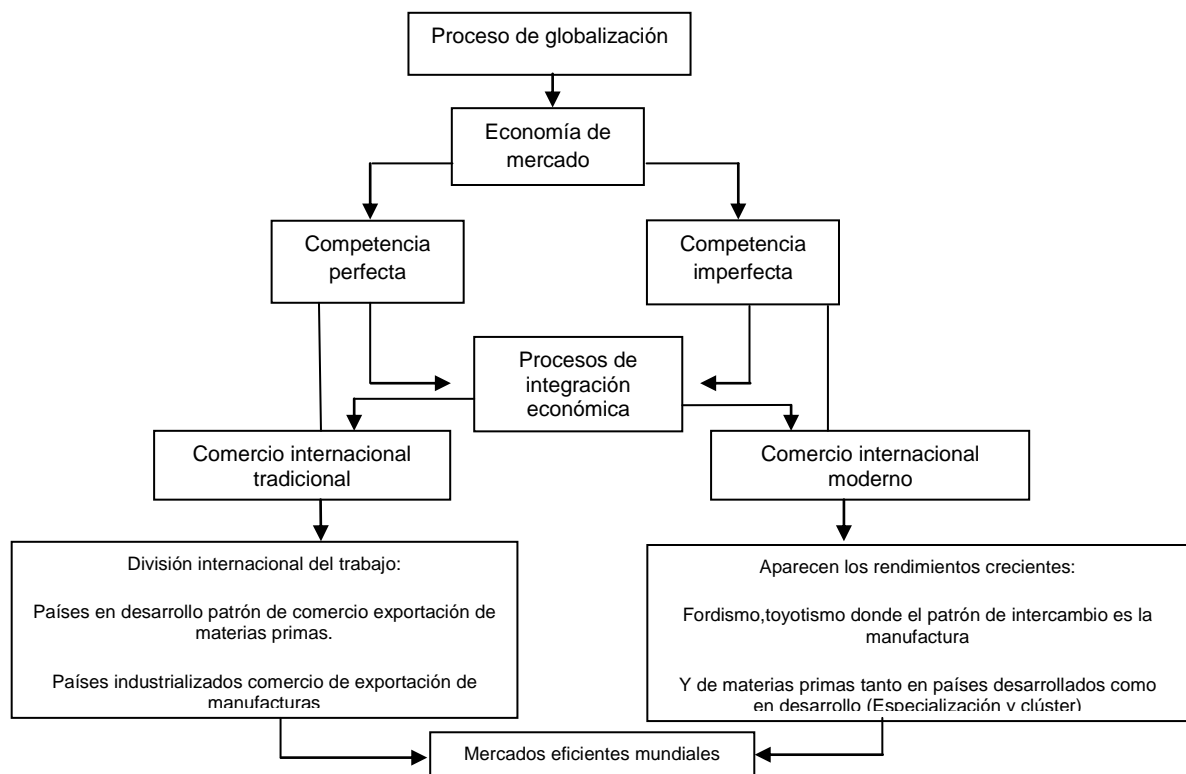
2.1 Teorías sobre el comercio internacional y el comercio justo

La parte teórica de la investigación descansa en dos vertientes, por una parte, están las teorías del comercio internacional soportadas en la teoría económica clásica desarrolladas principalmente por (Smith, 1776) David Ricardo y (Krugman y Wells, 2008) y por otro lado, las teorías del comercio justo que están soportadas en las teorías de la economía social solidaria con (Corragio, 2006) y (Stiglitz, 2006) y finalmente constituyen un factor del capital social con los teóricos Bourdieu y Putman.

La parte teórica del comercio internacional, reposa en la teoría clásica. En donde la teoría económica, señala que existe un bienestar con el libre comercio y la ventaja comparativa en la producción de un bien cuando para producirlo se utilizaran intensivamente los factores que son abundantes en un país específico teoría que desarrollaría David Ricardo y más tarde Hecksher-Ohlin con la dotación de los factores y en esta primera etapa el intercambio tendrá que ver con los precios relativos.

Así, La economía mundial, de los últimos años se ha caracterizado por una economía de mercado y de acuerdo con Smith (1776), existe una mano invisible que persiguiendo solo su propio interés, termina consiguiendo lo que le interesa a la sociedad en su conjunto. En la segunda fase se llega a otro proceso de integración económica en donde la logística va a ser de un comercio internacional moderno y el patrón de intercambio ahora es la manufactura y de materias primas tanto en países desarrollados como en desarrollo pero con un menor énfasis, es decir en esta fase aparecen las economías de escala y se traducirán en los oligopolios y los clúster en lugares específicos (ver gráfico 1).

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



Fuente: elaboración propia.

En tal sentido podemos decir que la economía mundial ha sido un proceso de configuración tanto es sus modos de producción, sus patrones de comercialización y las políticas implementadas. Generando cambios positivos y también han quedado actores desplazados por la misma dinámica inherente al mercado en este caso muchos de los productores de las economías en desarrollo de los países del Sur.

La característica de la investigación es el análisis de alternativas, prácticas y medidas que se traduzcan en políticas que ayuden a contrarrestar las fallas del mercado mismo.

Para ello se considera que prácticas de una economía más social y mecanismos de un comercio más equitativo en sus transacciones es una vía alterna de desarrollo que puede generar efectos positivos para los sectores marginados.

Así, la parte teórica del comercio justo reposa en las teorías de la economía social solidaria, en donde el factor principal es el capital social. De acuerdo, a los teóricos de capital social como Bourdieu y Putman el capital social es el agregando 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 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, 2012).

Por otra parte, están las teorías de los organismos: 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). En donde la parte esencial de la teoría descansa en las redes perdurables entre grupos con un respaldo social de acuerdo a su solidaridad y vía cohesión social (Palafox, 2012).

En tal sentido, la economía social y solidaria es un factor del capital social y un elemento que contribuye al desarrollo económico y local. Así, en los últimos años una serie de prácticas y discursos asociados al concepto de una economía más social y solidaria se han venido implementando en varios países como África, Europa, Estados Unidos y América Latina.

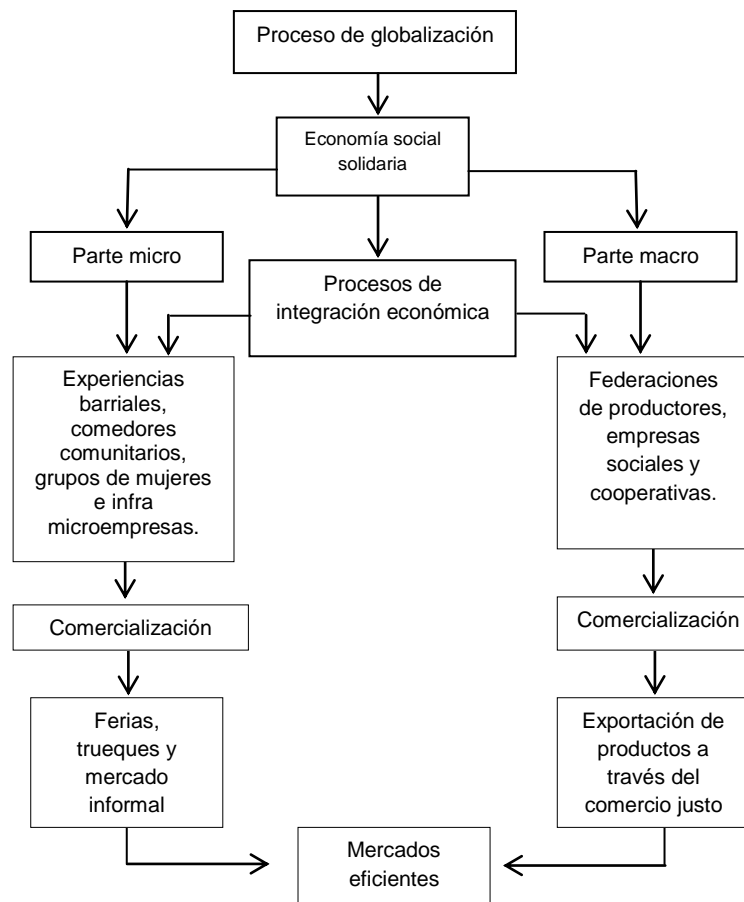
Estos emprendimientos desde una lógica económica van desde lo micro como lo son: pequeñas experiencias barriales, comedores comunitarios, grupos de mujeres, ferias e intercambios de trueque en algunas comunidades indígenas.

Y como lo señalan (Caracciolo y Foti, 2003) 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 parte macro destacan federaciones de productores, empresas sociales y las cooperativas dentro de una lógica de Comercio Justo que en este caso constituyen exportaciones de productos provenientes de estas organizaciones hacia países desarrollados pero que son mecanismos que llevan a cabo las redes internacionales de comercio justo como el IFAT y el EFTA quienes se encargan de garantizarle a los productores una retribución económica más alta mientras cumplan los criterios dentro de los que se basan (ver gráfico 2) para entender la dinámica de la economía social solidaria.

Otro papel importante de estas redes es la intervención o presión que meten a los gobiernos para que sean retomadas estas prácticas desde una política económica en los países.

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



Fuente: elaboración propia.

La temática de la economía social y solidaria es vista para este análisis como un factor del capital social y como un elemento que contribuye al desarrollo económico y local. Es decir, para este análisis es importante vincular el comercio justo con la economía social solidaria. Si el comercio justo se expresa en formas de solidaridad, es que al haber una economía social y solidaria hay un comercio más justo y también viceversa.

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 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 organización de comercio alternativo, las ATOS que por sus siglas en inglés es *Alternative Trade Organizations* y 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 artesanías de los refugiados chinos y quienes crearían en 1964 la primera importadora de comercio justo en los países bajos la cual tiene el nombre de *Fair Trade Organization*.

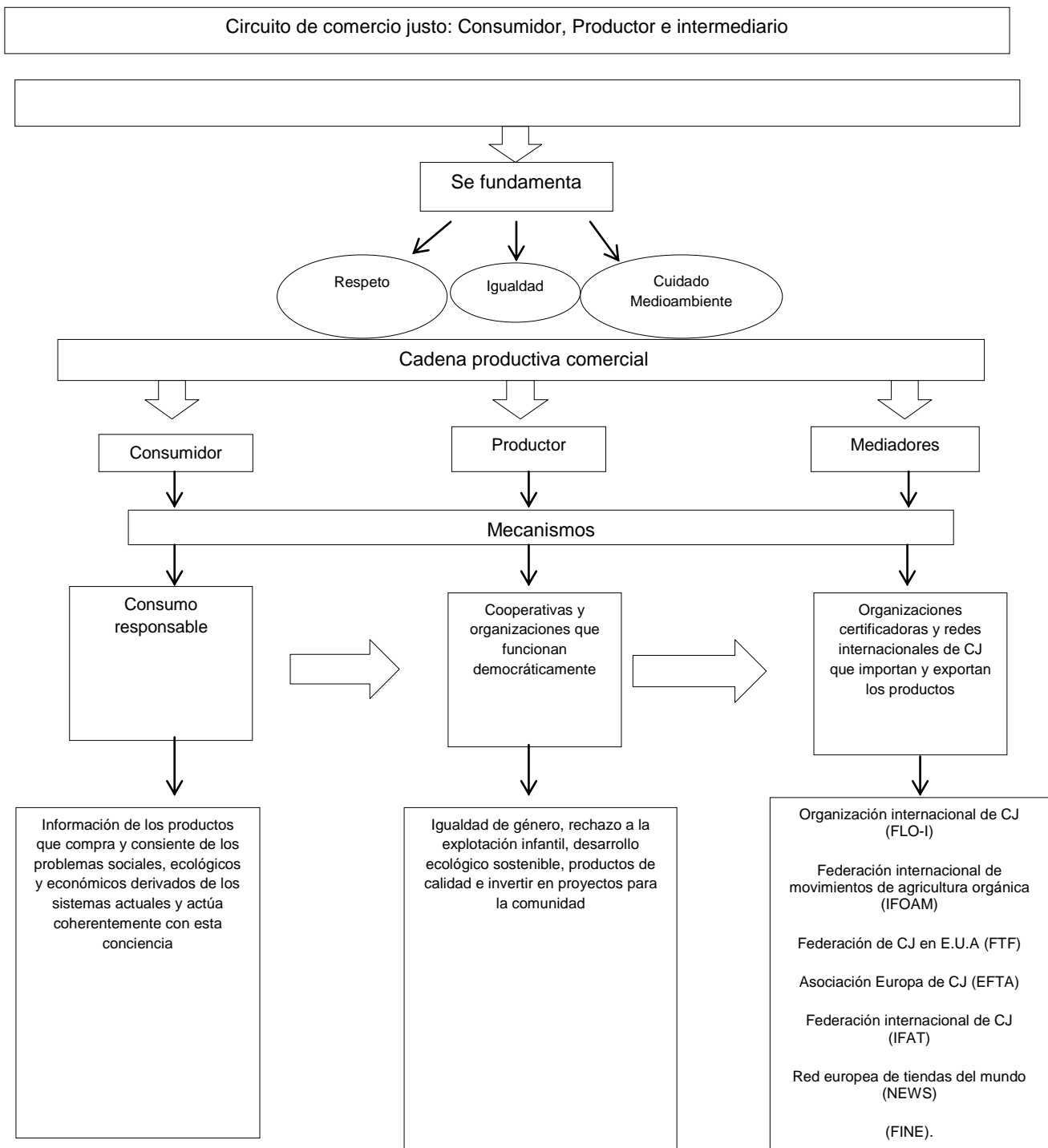
Por otra parte, en Holanda con la fundación de ayuda y desarrollo a las juventudes católicas se difundían los principios ideológicos del movimiento los cuales contribuyeron a la expansión del comercio justo y más tarde se crearían en este país dos organizaciones de comercialización: *the alternative trade Organisatie* y *Stichting Idee*.

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 a cabo los mecanismos de comercialización de productos provenientes de América Latina, Asia y África hacia Europa.

Para tener un concepto claro de lo que es el comercio justo, de acuerdo a diversos autores, es un comercio solidario y equitativo. Y constituye una propuesta alternativa al comercio internacional convencional, basada en garantizar a los productores del sur una compensación justa por su trabajo. 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. 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.

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, es decir tanto los productores, mediadores y consumidores juegan un rol importante para poder tener resultados cuantitativa y cualitativamente (ver gráfico 3).

Grafico 3: Circuitos de comercio justo



Fuente: elaboración propia.

2.2 Formulación de hipótesis

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.

3. Metodología

El diseño de la investigación comprende el análisis y descripción de los casos y experiencias que bajo una lógica de comercio justo han buscado la manera de colocar sus productos en el mercado internacional y local mediante prácticas alternas de comercialización se tomará mayor atención al caso mexicano.

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 acuerdo con el reporte anual del FLO en el 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* 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.

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. Ya que de acuerdo con FLO 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".

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.

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 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 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 Lula 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.

México

Los inicios del comercio justo en México es en la década de los ochentas 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.

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 (agua, energía eléctrica, drenaje, transportes) problemas que se tenían con la crisis en todo el agro mexicano.

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 son:

Tabla 1: Organizaciones de productores en el comercio justo de México

Producto	Numero de organizaciones	Ubicación
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 dieciocho 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 CJ



Fuente: sacado de la página de comercio justo: 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 AC, 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.

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 muestra que cada día más 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.

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.

5. Conclusiones

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. Por tanto, el comercio justo y la economía social solidaria son una opción para debatirse en los escenarios políticos de los países y que sean llevados a implementación de una política económica.

Para el caso de 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 base. 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.

Sin embargo, nos encontramos en los inicios del comercio justo en el noroeste de México, por ende, la información de su modelo y de su estructura sistemática no ha llegado al conocimiento de la mayoría de los productores de toda la nación.

Solo el 28% de los estados que conforman a la república están activos y siguen este patrón alternativo de modelo económico que ha beneficiado a muchos de los productores mexicanos del sur del país. Pero 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.

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" en revista vinculando [En línea] 10 de junio de 2005, disponible en:
http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/antecedentes_comercio_justo.html
- Barkin, D. y B. Suárez, 1985. *Fin de la autosuficiencia alimentaria*. México, Océano.
- 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 M. Foti, 2003. *Economía solidaria y capital social*. Buenos Aires, Paidós.
- Ceccon, B., 2008. “*El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*”. México, Coplt-arXives.
- 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.
- Corraggio, 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.
- Dabat, A., (2002) *Globalización y alternativas incluyentes para el siglo XXI*. México, UNAM.
- 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.
- EMAUS, (2010) *Experiencias de comercio justo, Fundación Social (EMAUS)*. España, AECID.
- 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.
- 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.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información, (1989) *Sistema de cuentas nacionales de México, Producto interno bruto por ramas de actividad a precios constantes de 1980, serie 1960-1987*. Aguascalientes, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información.

- Krugman, P. y R. Wells, (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 R. Pérez, (1982). “*Sistema alimentario: antecedentes, características, estrategias y efectos*”. En revista latinoamericana de economía [En línea] vol 13. 1982, Universidad Autónoma Metropolitana, disponible en:
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/36972>
- Melían, A. y V. Campos, (2010) *Emprendedurismo y economía social como mecanismo de inserción sociolaboral en tiempos de crisis*. En revista de estudios cooperativos No. 100. 2010, Universitat de Valencia, disponible en:
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20100.2%20Amparo%20MELIAN,%20Vanessa%20CAMPOS.pdf>
- Montañez, C., (1979) *Política institucional y crisis agrícola*. México, Nueva imagen, S.A.
- 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*”. En revista 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*. En revista International Review of Business Research Papers, vol. 4, no. 2, pp. 12-31.
- Porter, M., (1990) “The competitive Advantage of Nations”. En revista Harvard Business Review [En Línea] Marzo/ Abril 1990, Harvard college, disponible en:
<http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>
- Robinson, J., (1969) *Economía de la competencia imperfecta*. Barcelona, Martínez Roca.
- Santamaría, A., (2007) *Comercio justo y África, situación y perspectivas*. Barcelona, Icaria.

Sen, A., (1998) *Desarrollo y libertad*. Barcelona, Planeta.

Smith, A., (2001) *La riqueza de las naciones*. España, Alianza.

Stiglitz, J Y A. Charlton, (2006) “*Comercio justo para todos*”. En la revista 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, Alfaguara S.A.

Torres, R. et al., (2008) *Comercio justo una alternativa de desarrollo para los pequeños productores*. En la revista 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

Villareal, R., (1979) *Economía internacional I: teorías clásicas, neoclásicas y su evidencia histórica*. México, Fondo de Cultura Económica.

Watkins, K. y P. Flower, (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.

Referencias en línea

www.certimexsc.com
www.ComercioJusto.com.mx
www.ifoam.org
www.Alba-tcp.org
www.espanica.org
www.eurosur.org
www.iceimercosur.org