

# Mercado Solidario en Red en la Región Andina

Avance de investigación en curso

Globalización, integración regional y subregional.

Ivette Tatiana Castilla Carrascal  
Doctoranda – Universidad de Brasíla, Brasil.

## Resumen

Este trabajo contextualiza la historia reciente del proceso de globalización y sus principales hechos, así como algunos de sus impactos en América Latina y la subregión andina. Presenta también iniciativas o alternativas para enfrentar la exclusión social, económica, que han surgido después de varias crisis: Economía Solidaria, Economía Popular y Comercio Justo, siendo este último el principal foco de debate, restringiéndonos a las alternativas de comercialización. Después describiremos algunos conceptos de redes, mercado de proximidad y mercado en red. Finalmente se presenta la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria - RELACC, como el estudio de caso que será abordado en la tesis doctoral.

Palabras claves: Redes, Comercio Justo, Comercialización Comunitaria, Subregión Andina, Economía Solidaria, Globalización.

## Introducción

Este artículo busca presentar una reflexión sobre las consecuencias de la globalización en la subregión andina y las formas alternativas de enfrentamiento a la crisis, que serían las redes de comercialización comunitaria y los diferentes mercados en red que son construidos. Para hacer esta reflexión, nos apoyaremos en la revisión bibliográfica sobre el tema y la propuesta, aún inicial del doctorado<sup>1</sup>.

Hablar de un mercado en red en la región andina, presupone que aclaremos lo que entendemos por región, o mejor, subregión andina, y que es lo que llamamos de mercado en red. Como ya colocaba Casas (2007) usamos el término región para referirnos a Latinoamérica en su conjunto, y subregión para los bloques más pequeños de países que conforman la región, como los países andinos, centroamericanos o del Cono Sur.

La subregión andina está conformada por los países de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Coinciden con los cuatro países que hoy son miembros de la Comunidad Andina de Naciones CAN<sup>2</sup>. Algunos datos geográficos de la subregión, según página oficial de la CAN, muestran que en ella está el 10% del agua dulce del mundo, 35% de los bosques de América Latina y el Caribe, tiene una población de 103 millones de habitantes, una biodiversidad del 20%, 183 lenguas nativas y un territorio de 3.798.000 km<sup>2</sup>.

Por otro lado, nos interesa mostrar lo que entendemos como Mercado en red y limitar su alcance. Los objetivos de los estudios sobre mercados y redes son amplios. Hay estudios que apuntan para explicar la proliferación de industrias y multinacionales organizadas en red, sus impactos, y formas de organización y gestión. Hay otros, cuyo foco es el fortalecimiento de redes y espacios de

---

<sup>1</sup> El doctorado buscará ampliar este concepto de mercado solidario y mercado en red en el ámbito subregional de los andes y enfocando en el papel de las redes de comercialización comunitaria.

<sup>2</sup> Antes de 1996 era conocida como el Pacto Andino, el cual se suscribió en el Acuerdo de Cartagena en 1969 entre los Gobiernos de Chile, Colombia, Bolivia, Ecuador e Perú. En 1973 Venezuela ingresa y se retira en el 2006. Chile se retira en 1976 en plena dictadura militar de Pinochet y se reincorpora solo como miembro asociado en el 2006.

comercialización alternativos, donde pequeños productores consiguen participar de intercambios comerciales e integrarse con otros actores. Este tipo de mercado en red es el que nos interesa profundizar en este trabajo.

Para ejemplificar el primer caso, podemos citar el estudio que W.W Powell (1990) hizo donde afirma que existen en el sistema capitalista muchas empresas en forma de red, industrias altamente competitivas. Esas industrias se proliferan en red porque existen condiciones favorables como la demanda por velocidad, el conocimiento y la confianza; son más adaptables a las mudanzas porque tienen más habilidad en interpretar nuevas informaciones y traducirlas en nuevos productos.

Para ilustrar el segundo caso, donde vemos el mercado en red desde las organizaciones de pequeños productores, podemos citar aquí a Azevedo (2010) quien afirma que los mercados solidarios se configuran en redes locales que articulan diversos instrumentos económicos, sociales, e educativos. Estos instrumentos serían tan diversos como: cooperativas locales, sistemas de educación no formal, formación de personas adultas, pequeñas tiendas, entre otros.

Este artículo está organizado en cuatro secciones, la primera donde se presentan algunos de los impactos de la globalización, y las principales características que esta apertura de mercados tuvo en la subregión andina. En la segunda sección se presentan algunas potencialidades y límites para el desarrollo del comercio justo y la economía solidaria en la región. Seguimos con una tercera sección que trata sobre las redes, los mercados y la construcción de un mercado en red. Y finalmente, una cuarta y última sección que discursa sobre la red latinoamericana de comercialización comunitaria y de lo que deberá ser observado en un estudio más detallado.

## **Neoliberalismo y Globalización en la región**

### **Impactos de la globalización y principales características que esta apertura de mercados tuvo en la subregión andina**

Como afirman Moreira, Quintero e da Silva (2010) el sistema internacional de los años de 1990 fue marcado por el fin de la Guerra Fría, con el fin de los regímenes socialistas en el Este Europeo, la caída del muro de Berlín en 1989 y la des-estructuración de la Unión Soviética en 1991. Fue así que acontecieron profundas modificaciones que marcaron un escenario internacional desde el final de los años 80, configurándose así una Nueva Orden Mundial.

Con el Consenso de Washington en 1989, aún según Moreira et al. se abrió paso a la aplicación de las "recetas" formuladas para ser aplicadas en los países de América Latina, a través de la apertura unilateral de sus economías, a privatización y reformas monetarias, la creación de un mercado auto-regulable sin interferencia del Estado. Donde la estabilidad monetaria debería ser la meta de los gobiernos garantizada con la reducción de los gastos sociales.

Es así que el neoliberalismo está directamente relacionado con la apertura económica, por lo menos en el caso de América Latina, y se ha venido alimentando de la crisis fiscal del Estado, de la crisis de bienestar social y de la crisis de industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI).

La apertura de los mercados ha estado acompañada por las negociaciones de Tratados de Libre Comercio (TLC) de países de la región con Estados Unidos. Acuerdos que comenzaron como multilaterales y terminaron en unilaterales. Estos tratados ven recientemente del desprendimiento de negociaciones que comenzaron antes en el marco del Área de Libre Comercio de las Américas - ALCA.

El Área de Libre Comercio de las Américas, en su proyecto inicial, propuesto por los Estados Unidos (Miami, 1994) con 34 países del continente americano (excluyendo Cuba), tenía como objetivo la libre circulación de bienes, servicios e inversiones a partir de 2005. Segundo Moreira et al. los Estados Unidos querían atraer cada país individualmente, y por ejemplo Brasil, prefería que la negociación fuera en los bloques regionales previamente constituidos. Durante la tercera Cúpula de las

Américas, en el 2001, las manifestaciones de movimientos "antiglobalización", colocaban temas sociales y ambientales en pauta, y la posibilidad de un mayor transparencia en las negociaciones de integración económica.

Según Moreira et al. en el 2005, año en que sería firmado este acuerdo se evidenciaron tres visiones totalmente diferentes sobre la apertura total de mercados. Los países que defendieron la apertura total de mercados: Estados Unidos, Canadá, México, Chile, Colombia, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, Ecuador y el Salvador. Venezuela por su parte era contraria totalmente al Alca, y el Mercosur, defendía una Alca más modesta y a eliminación de los subsidios agrícolas de los Estados Unidos.

Según Stiglitz (2008) el argumento económico convencional que ha sido utilizado es el de que las ganancias de la liberalización comercial son positivas, pues los que son más beneficiados con la apertura pueden compensar a los "perdedores" dejándolos en una mejor situación. Pero este argumento se ha caído por sí solo y aún según el autor, esa apertura del comercio no mejora la situación de todos los habitantes de un país, sino que al contrario, solamente aumenta las disparidades entre unos y otros.

Son visibles los intercambios comerciales desfavorables para nuestros países. Nuestras economías se han especializado en producir para exportar materias primas, *comodities*. Los suelos cada vez más se han ido desgastando por la especialización de cultivos, y el abandono de la diversidad de culturas. La minería es la responsable por el deterioro de muchas regiones, y de causar impactos sociales irreversibles.

El aumento en el número de importaciones ha destruido algunas industrias locales por no ser "eficientes" y ha perjudicado otras cuya producción local no puede competir con los bajos precios practicados en el mercado. Multinacionales que aumentan su productividad y consiguen vender por precios que ningún productor local puede igualar o practican *dumping*. Esta es una práctica comercial que consiste en una o más empresas de un país venden sus productos por precios muchísimo más bajos que su valor en el mercado para otro país, y durante un tiempo buscan así eliminar fabricantes de la competencia local, dominando el mercado e imponiendo después precios más elevados.

Según Taisne e Torres (2006) las multinacionales desempeñan un papel dominante en la organización de los intercambios, pues las 500 más poderosas controlan 70% del comercio mundial. Al mismo tiempo las reglas de comercio internacional impiden cada vez más la entrada de productos que provienen de algunos países restringiéndolos con normas por ejemplo, fito sanitarias, o con cantidades altísimas de producción imposibles de cumplir para los pequeños productos. La Organización Mundial del Comercio (OMC) limita la participación de un gran parte de productores en el comercio internacional, al tiempo que incentiva el "libre" intercambio.

Actualmente le compramos más al mundo de lo que vendemos, y eso, para países con la biodiversidad de Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia, es un índice que afecta no solo la soberanía y seguridad alimenticia, como también las economías locales. Según Cotera (2009) entre 2007 e 2008 las exportaciones de los países de América Latina crecieron un 15%, mientras que las importaciones crecieron 23.5%, mostrando una balanza comercial negativa.

Casas (2007) resume bien las realidades nacionales de la subregión andina:

"...la subregión andina esta formada por países con economías pequeñas y muy polarizadas socialmente, que sufren una profunda crisis económica, política y social. A su vez, están también sujetas a fuertes shocks (tanto de flujos de capital como de los términos de intercambio), mantienen su carácter de exportadores de productos de bajo valor agregado, y tienen escasos niveles de inversión y desarrollo tecnológico y excesivos niveles de endeudamiento externo". (p. 345)

Por lo que hemos hasta el momento visto, los intereses del "libre" mercado, no son los intereses de los pequeños productores. Con las prácticas y políticas neo liberales de nuestros países, los rubros de la salud, la educación, y los gastos en lo social se han reducido drásticamente para dar paso a la maximización de los beneficios y para la constitución de un mercado total. Con este escenario podemos

ahora analizar cuáles han sido las diversas alternativas que desde dentro de América Latina y especialmente, de la subregión andina, se han creado y reinventado para hacer frente a la exclusión.

### **Alternativas en la subregión andina**

De acuerdo con Souza (2005) a lo largo de las últimas décadas del siglo XX, las élites políticas, económicas e intelectuales conservadoras impulsaron con tal agresividad y éxito las políticas y el pensamiento neoliberal que la idea "tacherista" según la cual "no hay alternativa" al capitalismo, gana credibilidad inclusive en los círculos políticos e intelectuales progresistas.

Esa situación, aún según el autor, comenzó a cambiar en los últimos años con el renacimiento de una globalización contra – hegemónica, creando a partir de la crisis oportunidades para recuperar o inventar alternativas. Estas alternativas dependen en buena medida de su capacidad de sobrevivir en el contexto de dominio del capitalismo.

Sobre estas alternativas también habla Quijano (2005), quien identifica lo que según el puede ser reconocido como siendo las mayores vertientes del actual debate latino-americano en torno de la cuestión de las formas alternativas de producción: la "economía solidaria" y la "economía popular".

En la "economía solidaria", según Quijano, la cooperativa es la institución central alternativa al capital. Son instituciones que organizan o pueden organizar, muchas personas entre las cuales no predominan necesariamente las relaciones primarias. Por eso, la diferencia de estas con las empresas capitalistas no es la división de trabajo, en la relación con el mercado, en función del salario o una administración jerárquica. Las principales diferencias radican sobre todo en el hecho de que sus agentes se identifican como un sistema autogestionario de trabajadores, quienes tienen la fuerza de trabajo, los instrumentos de producción, los recursos, objetos y productos.

Acercaríamos a lo que afirma Quijano, que la economía solidaria también es un movimiento social y se constituye de actores muy diversos, que tejen un lazo que fortalece sus relaciones. Participan pequeños productores (término más usado en los países hispanohablantes), emprendimientos económicos solidarios<sup>3</sup> (término más usado en el Brasil), gestores de gobierno, entidades de apoyo, trabajadores autogestionarios, estudiantes, grupos de consumidores, entre otros. La cuestión central son los valores y principios que guían la economía solidaria, y el objetivo claro de que no es sustentable el sistema actual.

Continuando con Quijano (2005), la segunda vertiente sería la "economía popular" y lo que la caracterizaría según el, es que las relaciones de trabajo y de distribución de recursos y de productos son fundamentalmente organizadas alrededor de la reciprocidad y de la vida social de las prácticas cotidianas, teniendo como centro la comunidad.

Además de estas dos vertientes alternativas colocadas por Quijano, se encuentra el Comercio Justo que a pesar de haber nacido "oficialmente" en Europa, actualmente es muy fuerte en América Latina y une también diversos actores que buscan hacer incidencia en las políticas económicas implantadas en sus países.

Podemos decir que el Comercio Justo desde los años 40 con los misionarios que llevaban productos producidos en las comunidades de los países africanos, latinoamericano, y los vendían en sus países de origen (dentro de Europa) para ayudar a generar más ingresos a las comunidades de artesanos, agricultores, entre otros. Fue después en los años 60 aparecieron las primeras tiendas e

<sup>3</sup> Emprendimientos Económicos Solidarios, término usado por el movimiento de economía solidario en el Brasil; se refiere a las organizaciones con las siguientes características: que sean colectivas como grupos familiares, asociaciones, cooperativas, empresas autogestionarias, clubs de trueque, redes e grupos productivos, de consumidores, entre otros; que sus participantes o socios/os son trabajadoras/es de los medios urbano y/o rural que ejercen colectivamente la gestión de las actividades, así como la distribución de los beneficios; pueden tener o no un registro legal, lo que importa es la existencia real; que realicen actividades económicas que sean de producción de bienes o prestación de servicios o de crédito (finanzas solidarias), de comercialización y de consumo solidario.

organizaciones en Holanda. Hoy en día este Comercio Justo reúne un gran número de productores "del sur", importadores, tiendas y organizaciones de apoyo, cuyo objetivo continua siendo el facilitar el acceso a mercados a productores que no tienen esa oportunidad en el comercio tradicional.

Diversas críticas surgen desde los países del "sur", pues el énfasis dado en este comercio justo norte-sur puede traer dependencia de los productores en el mundo frente a mercados de países desarrollados. Por otro lado, la estrategia del Comercio justo sur-sur es la de promover iniciativas de comercio local y conexiones en redes de comercialización de proximidad, en cualquier continente, de forma a que sean convertidas en prácticas de Comercio Justo.

La organización de los productores y la articulación en redes de carácter local, nacional e internacional, posibilitan mantener un diálogo y colaboración con los otros actores del comercio justo, la economía solidaria y movimientos sociales. Además esa articulación en redes incrementa la capacidad de incidir en las instituciones públicas y en las entidades de cooperación internacional.

Según Cotera (2009) el comercio justo sur-sur superaría la visión desarrollista del comercio justo norte-sur y su vinculación con el mercado local lo vislumbra como una real alternativa al modelo de libre comercio. El autor realizó un estudio que muestra las potencialidades y problemas para el desarrollo del Comercio Justo Sur-Sur en la Comunidad Andina de Naciones, este sería una respuesta a la crisis actual desde la perspectiva de los pequeños productores y como parte de una estrategia alternativa al modelo económico de libre mercado.

Cotera (2009) coloca algunos elementos que facilitarían el surgimiento y desarrollo de iniciativas de Comercio Justo y economía solidaria: Cosmo-visión andina e amazónica presente en los pueblos autóctonos. El surgimiento de diversas formas organizativas socioeconómicas, como las cooperativas, asociaciones, redes. Un movimiento social activo en la defensa de los intereses de la población y del planeta. La promoción de prácticas agrícolas ecológicas, que rescatan el conocimiento ancestral. La implementación de políticas públicas que promueven la protección del medio ambiente. Una mayor sensibilidad de la opinión pública por el consumo de productos locales y saludables.

Por lo anterior, vemos que el enfoque del comercio justo sur-sur abre las posibilidades de incluir las experiencias de comercio comunitario y ecológico, presentes en cada país, y posibilita una relación directa entre productores y consumidores. De acuerdo con Cotera (2009), en la actualidad los dos enfoques de comercio justo co-existen y en algunos casos se complementan en su aporte de abrir mercados para los pequeños productores y contribuir a la mejora de las condiciones de vida.

### **Redes, mercados, y la construcción de un mercado en red**

Hasta aquí tenemos un panorama de los impactos de la globalización, políticas neoliberales en la región de América Latina y en la subregión andina, y también, algunas vertientes que han surgido como formas alternativas de modos de producción y de vida. Dentro de ellas se han organizado a su vez redes, sea para conseguir participar de espacios mayores de comercialización, espacios apropiados para la producción, o para vender directamente a los consumidores.

Hoy en día, así como se proliferan redes de multinacionales, se vienen multiplicando las iniciativas en red dentro de la economía solidaria, economía popular y el comercio justo. A nivel mundial podemos mencionar como ejemplos la RIPESS que es la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria, WFTO que es la Organización Mundial de Comercio Justo. Redes Regionales como la CLAC que es la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de Comercio Justo, la RELACC que es la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria. A nivel nacional, todos los países tienen una diversidad de redes, de producción y comercialización y otras también con una naturaleza política.

Por red entendemos un conjunto de actores interconectados que intercambian flujos de información, de recursos, de materiales. Se relacionan de manera horizontal, sin formas jerárquicas, y sus acciones repercuten en sus integrantes.

Tenemos algunas definiciones de autores que convergen para esta afirmación. Según Granovetter (1990) una red esta conformada por un conjunto de relaciones o lazos entre actores, y las redes serían ese conjunto de nudos o de actores conectados por las relaciones sociales o lazos específicos que tendrían fuerza y contenido. El contenido incluye información, intereses compartidos, y un nivel de confianza.

Para Mance (2008) una red es una articulación entre diversas unidades que a través de conexiones, intercambian elementos entre si fortaleciéndose recíprocamente, y multiplicándose a su vez en nuevas unidades. A su vez, estas unidades fortalecen el conjunto y al mismo tiempo el conjunto las fortalece, permitiéndoles expandirse en nuevas unidades o mantener un equilibrio. De acuerdo con Parreiras (2007) es importante que las poblaciones pobres tengan acceso a mas ganancias y esto solo seria posible si participaren de manera organizada de cadenas productivas. Sino no llega a ser de esa forma, los pequeños productores estarían siempre condenados a la marginalidad o una vida de subsistencia, perpetuando así la pobreza.

Wilkinson (2002) coloca trae un concepto de Granovetter: “enraizamiento” (*embeddedness*) de la acción económica en las redes sociales que se relaciona más con los llamados “mercados de proximidad”. Según el autor, es un concepto diferente del enfoque dado a la Construcción Social de mercados que implica una formatación de la acción económica de acuerdo con valores, conocimientos e intereses nuevos.

Los mercados de proximidad son vistos más como un alargamiento de relaciones familiares o directamente, como consumidores o como canales de comercialización. El mercado no se coloca, según la lectura de Wilkinson, como problema porque la producción avanza en función de la demanda. Se tiene también confianza en en los productos que es resultado de la confianza en los productores y en ese momento no hacen falta las garantías formales de calidad. Este es el caso de las ferias, en ellas no es necesario que un consumidor que quiera comprar productos agroecologicos, vea el rótulo en el producto, muchas veces basta conocer al productor y saber que él trabaja de esa forma.

Mas estos mercados de proximidad presentan desafíos, Wilkinson afirma que para negociar a ruptura entre este tipo de mercado y redes sociales más amplias, se deben recorrer caminos para adaptar los productos a las exigencias de mercados impersonales y capacitar a los productores para entrar en estos mercados.

Finalmente Sonnino y Marsden (2005) afirman que la articulación en red imprime una cierta seguridad con relación al establecimiento de circuitos de distribución y venta, basados en mercados ‘diferenciados’ o a una demanda emergente. Al mismo tiempo en que existe la autonomía productiva, es en la red que los mercados van a establecerse.

Por otro lado, según Azevedo (2010), las redes locales de economía solidaria permiten el desarrollo de una relación de proximidad entre productores/as, prestadores/as de servicios y consumidores/as locales, siendo fundamentales para la sostenibilidad de las comunidades y de los recursos endógenos disponibles. Los productos y saberes locales aumentan su valor social a ser aprovechados y distribuidos dentro de la propia comunidad de onde vienen, pues son los productos locales que mantienen o mundo rural vivo.

### **La Red de Comercialización Comunitaria y los pasos a seguir.**

Después de profundizar en el marco teórico que en principio guiará la tesis de doctorado, quiero ahora presentar la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC que será el caso empírico y algunas pinceladas de los pasos a seguir para conseguir los objetivos que nos hemos propuesto.

La Red Latino-americana de Comercialización Comunitaria (RELACC) es una Corporación con sede central en Quito – Ecuador y que facilita servicios de formación, capacitación técnica, asesorías, información y seguimiento para contribuir al fortalecimiento de las redes nacionales y la unidad de la

red a nivel de todo el continente. Sus socios son las redes nacionales de comercialización comunitaria integradas por organizaciones de productores, de consumidores, artesanos e instituciones de apoyo y servicios.

Esta red nació en enero de 1991 inspirada por las organizaciones de base del Maquita Cushunchic MCCH en Ecuador cuando vieron las experiencias alejadas unas de otras. Se creó entonces una red regional con participantes de once (11) países cuyo objeto era de establecer redes en cada país a partir de experiencias concretas que ya hacían economía solidaria de alguna o de muchas maneras. Existen nodos de la red en cada país y para hacerse socios se requieren redes nacionales de comercialización. La lógica es que para asociarse a la RELACC continental tienen que hacer la relación con la RELACC nacional para iniciar la relación a nivel continental.

Los actores que participan de la red son organizaciones de productores, consumidores, artesanos, cajas de ahorro, trueque e algunas ONG, depende del país, del tipo de organización y de los objetivos que se vaya estableciendo cada red. Son socias de RELACC todos los países de América Latina y se han vinculado en los últimos cinco años los países del Mercosur.

Específicamente estudiaremos la Red en la subregión andina, comprendiendo cuatro países, Bolivia, Perú, Ecuador y Colombia. Queremos ver como acontece esa integración subregional y el grado de gobernabilidad que estas redes tienen en sus países, con contextos históricos, económicos y sociales tan diferenciados.

La investigación estará orientada a analizar e interpretar en profundidad, el surgimiento de cada una de estas redes que compone a su vez la RELACC, y también la relación de esta con otras redes regionales e internacionales. Será también foco de los pasos a seguir el identificar si la red tiene flujos económicos alternativos al capitalismo.

## Bibliografía

Azevedo, R. (2010). *O papel das redes locais nas economias solidárias - O caso dos mercados solidários da Granja do Ulmeiro*. Universidade de Coimbra.

Casas Gragea A.M. (2007). *El desarrollo económico del Area Andina en el marco de la integración regional*, en Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización, Vidal G. y Guillén A. (coordinadores), CLACSO.

Cotera, A. (2009). *Comercio Justo Sur- Sur: Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Lima, Perú: GRESP.

Granovetter, M. (1990). *The old and the new economic sociology*. En: Friedland, R.; Robertson, A. F. *Beyond the market place*. Aldine de Gruyer.

MANCE, E. (2008). *La revolución de las redes: La colaboración solidaria como una alternativa post-capitalista a la globalización actual*. México, 2008.

Moreira, L.F, Quinteros, M.C, Reis da Silva. A.L. (2010). *As Relações Internacionais da América Latina*. São Paulo. Vozes.

Parreiras, L.E. (2007). *Negócios Solidários em Cadeias Produtivas. Protagonismo coletivo e desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: IPEA/ANPEC/FBB.

Sonnino, R., Marsden, T. (2005). *Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe*. Journal of Economic Geography, number 6.

Souza Santos, B. (2005). *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Stiglitz, J. (2008). *Comercio Justo Para Todos*. Buenos Aires: Edic. Alfaguara.

Taisne, A.F., Torres, A. (2006). *Comércio justo e regulações públicas*. En: FRANÇA Fº. Genauto Carvalho de, LAVILLE, Jean-Louis, Medeiros, Alzira e Magnem, Jean-Philippe (orgs). *Ação Pública e Economia Solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Editora UFRGS; Salvador: EDUFBA.

Quijano, A. (2005). *Sistemas alternativos de produção*. En: SOUZA SANTOS, Boaventura de. (Org.) *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

W. W. Powell, (1990). "*Neither market nor hierarchy: network forms of organization*" in B. M. Staw and L. L. Cummins, eds., *Research in Organizational Behavior*, 12.