



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL

REDES DE COLABORACIÓN PARA EL FOMENTO AL COMERCIO JUSTO.
CASO DE CHILE.

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER EN
GESTION Y POLITICAS PÚBLICAS

CRISTINA DEL PILAR BUGUEÑO ZULANTAY

PROFESOR GUIA:
FABIAN VILLARROEL RIOS

MIEMBROS DE LA COMISION:
GERARDO WIJNANT SAN MARTIN
MARIO RADRIGÁN RUBIO

SANTIAGO DE CHILE
2017

RESUMEN

RESUMEN DE TESIS
PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN GESTIÓN Y POLÍTICAS
PÚBLICAS
POR: Cristina Bugueño Zulantay
FECHA DE EXAMEN: 11 de Enero. 2017
PROF. GUÍA: Fabián Villarroel

En Chile la Economía Social se encuentra en una etapa de expansión debido al aporte potencial que significa para mejorar la calidad de vida de las personas, a través de un trabajo participativo de los diversos actores que componen el tercer sector. Por lo mismo es frecuente ver cómo diversas expresiones como la Banca Ética, el Comercio Justo y la Economía del Bien Común, entre otras, se han dado a conocer fuertemente en los últimos 3 años, promoviendo principios y valores que ante todo buscan alcanzar la equidad en el sistema de distribución de riquezas del país.

Particularmente en el estudio se aborda el Comercio Justo, y se responde a la pregunta ¿Cómo fomentar el Comercio Justo desde el sector público?, en consideración de las debilidades del modelo, a partir de la identificación de actores, sus roles y su participación, con el objetivo de apoyar a pequeños productores principalmente.

Para responder a esta pregunta se utilizan herramientas cualitativas. En primera instancia se realizan entrevistas que permitieron identificar avances y visión de la economía social desde la perspectiva pública, lo cual se complementa con un cuestionario definido bajo la lógica del Análisis de Redes Sociales, para identificar la red de relaciones que se establece en la red de Comercio Justo en Chile, considerando además al sector privado y la academia, permitiendo medir la cohesión de la red.

Como principal hallazgo se puede notar que Chile es uno de los países más avanzados en cuanto a fomento de Comercio Justo en Latinoamérica, debido principalmente a la gran cantidad de herramientas que posee para el desarrollo del sector, las cuales se focalizan técnicamente en Asociaciones Gremiales y Cooperativas. Por otra parte, se puede notar al comparar con el caso de Ecuador y Brasil, que las redes de colaboración son fundamentales para potenciar el sector, ya que el trabajo en conjunto permite detectar objetivamente las trabas del modelo, el cual además se presenta como una oportunidad de comercialización de productos de pequeños productores hacia países donde se puede obtener un mejor retorno económico, para así mejorar las condiciones laborales y de vida de quienes trabajan bajo este esquema. Sin embargo, en el caso de Chile queda pendiente aún abordar la certificación a pequeños productores, quienes suponen ser los principales beneficiados del modelo, pero no son quienes pueden acceder a ella. Finalmente, en términos cuantitativos la red no posee una densidad muy elevada, por lo cual se debe trabajar en mejorar y fortalecer los vínculos entre los diversos actores, ya que de ello depende fortalecer adecuadamente el sector.

Algunas recomendaciones que surgen del estudio, es fortalecer las redes creadas para conocer en profundidad las necesidades del sector, que pueden ser abordadas desde la academia, con capacitaciones y especializaciones en cada uno de los ámbitos de impacto del Comercio Justo, y desde la mejora de normativas que contribuyan a facilitar el acceso a este canal de comercialización, certificado, hacia pequeños productores.

DEDICATORIA

Dedicada, principalmente, a mi madre, Hildaaura, por apoyarme en todo momento, e incondicionalmente; por sus consejos y la motivación constante para ser, en el día a día, una persona de bien; y antes que todo, por su amor.

A mis hermanos, Marcelo y Sara, por su apoyo en alcanzar mis metas profesionales, y el ejemplo de superación que me han dado en la vida.

A mi tía Marcela, por su permanente presencia y atención hacia mis necesidades; y a mi abuelita Adriana, por su infinito amor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a todos aquellos que compartieron sus conocimientos y experiencia profesional para el desarrollo de esta tesis.

Especialmente agradezco a Gerardo Wijnant, por su asesoría hacia esta tesis, y por aportar desde su visión del Comercio Justo en Chile, para alcanzar un mundo más equitativo.

Además quisiera agradecer a Fabián Villarroel, por su compromiso en apoyar el desarrollo del estudio, aportando con su visión del comercio internacional.

Finalmente agradezco a María Pía y Katherine, por guiar el desarrollo de este estudio en las clases y ayudantías dedicadas a orientar aspectos metodológicos de nuestras tesis.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	2
1. Objetivos	5
2. Metodología.....	5
I. CAPITULO I MARCO REFERENCIAL AL COMERCIO JUSTO EN CHILE	9
1. Origen teórico del Comercio Justo	10
2. Modelo de Economía Social	12
3. Análisis de Redes Políticas.....	15
II. CAPITULO II AVANCES Y RECONOCIMIENTO DEL COMERCIO JUSTO	18
1. Aspectos Legislativos	19
2. Aspectos de Gestión.....	21
3. Actores y espacios de participación	27
III. CAPITULO III MEJORES PRÁCTICAS EN PAISES MIEMBROS DE CLAC.....	31
1. Incidencia en Políticas Públicas.....	32
2. Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo (ULCJ)	33
3. Red de Colaboración en países avanzados miembros de CLAC.....	34
IV. CAPITULO IV ANALISIS DE REDES EN TORNO AL FOMENTO DEL COMERCIO JUSTO EN CHILE	42
1. Descripción de la muestra.....	42
2. Interacciones en la red	50
3. Participación en la red a nivel global.....	50
4. Mapeo de Interacciones.....	53
5. Indicadores de la Red	54
6. ¿Qué motiva las interacciones de la red?	56
V. CAPITULO V CONCLUSIONES	57
VI. BIBLIOGRAFIA	60
VII. ANEXOS	64

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Codificación de número de interacciones.	15
Tabla N°2. Indicadores ARS.	15
Tabla N°3. Expresiones de la Economía Social.	19
Tabla N°4. Indicadores ARS.	23
Tabla N°5. Ejes Estratégicos DAES.	25
Tabla N°6. Medidas Plan de Acción al 2018.	28
Tabla N°7. Instrumentos para el Consumo y Producción Limpia.	30
Tabla N°8. Actores miembros de las Redes de Fomento.	35
Tabla N°9. Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo.	41
Tabla N°10. Planes y Estrategias de Fomento al Comercio Justo.	42
Tabla N°11. Participación en Planes Estratégicos de Fomento.	43
Tabla N°12. Fomento al Comercio Justo Brasil.	44
Tabla N°13. Fomento al Comercio Justo Ecuador.	45
Tabla N°14. Fomento al Comercio Justo Chile.	47
Tabla N°15. Rol de las Unidades de Estudio.	49
Tabla N°16. Interacciones en la red.	57
Tabla N°17. Actividades de Participación en la red.	58
Tabla N°18. Participación circunstancial (%)	59
Tabla N°19. Indicadores resultantes del ARS.	61
Tabla N°20. Motivación para generar interacciones en la red.	63

INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS

Ilustración N°1. Desarrollo Sustentable.	18
Ilustración N°2. Actores en la Red de Comercio Justo.	34
Ilustración N°3. Logotipo Red de Fomento a la Economía Social	35
Ilustración N°4. Logotipo Red SURES	36
Ilustración N°5. Logotipo Plataforma de Comercio Justo Chile.	36
Ilustración N°6. Mapeo de la red.	60
Grafico N°1. Distribución por Género	53
Gráfico N°2. Distribución por Sector	53
Grafico N°3. Años laborales promedio.	54
Gráfico N°4. Áreas de Desempeño.	54
Gráfico N°5. Áreas de Desempeño 2.	55
Grafico N°6. Vinculación con el Medio.	55
Gráfico N°7. Actividad realizada.	56
Gráfico N°8. Actividad realizada 2.	56

GLOSARIO

CLAC, Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo.

DAES, División de Asociatividad y Economía Social.

ESS, Economía Social y Solidaria.

ES, Economía Social.

WFTO, World Fair Trade Organization. Organización Mundial de Comercio Justo.

OPP, Organización de Pequeños Trabajadores.

OT, Organización de Trabajadores.

ULCJ, Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo.

CNCJ, Coordinadora Nacional de Comercio Justo.

INTRODUCCION

El concepto de Comercio Justo surge como una alternativa a la forma de comercio entre países del Norte, típicamente más desarrollados, con los países del Sur, típicamente menos desarrollados, en lo relativo al ejercicio del comercio internacional, ya que en el hemisferio sur es posible encontrar países desarrollados cuya cooperación sería horizontal hacia países en vías de desarrollo. Este concepto, con los años, ha ampliado su impacto abarcando otras áreas como los ámbitos sociales y ambientales, velando hoy en día por el cumplimiento de 10 estándares (WFTO, 2016) que garantizan el acceso al mercado de pequeños productores, relaciones comerciales equitativas y sostenibles, el desarrollo de capacidades y empoderamiento, la sensibilización de consumidores, la transparencia y responsabilidad, el pago de un precio justo, el no trabajo infantil, la igualdad de género y el Respeto por el Medio Ambiente (WFTO, 2009).

A nivel mundial, luego de la primera Conferencia de la UNCTAD celebrada en Ginebra en 1964 (Mundo Solidario, 2016), nace el concepto de *Comercio Justo* como una alternativa que busca reducir los costos sociales y ambientales que ha implicado el Comercio Internacional sobretodo relacionado con la equidad en la distribución de las rentas a lo largo de la cadena productiva (Plataforma de Comercio Justo en Chile, 2016).

Estos costos hacen referencia a la degradación ambiental que ha provocado el desarrollo industrial, especialmente de aquellos productores que no han incorporado políticas de reducción de impacto en su acción, o el bajo nivel de salario que permite a empresas extranjeras invertir en un país para tener bajos costos de mano de obra, llegando incluso a incluir a menores de edad en procesos productivos, sin resguardar mínimas condiciones de seguridad, y por qué no mencionar la inequidad en la distribución de la riqueza, donde la repartición de utilidades se concentra en pocos (Barrar, 1998).

En el caso de Chile, la apertura comercial, iniciada en los años 70's, sin duda ha traído consigo numerosos beneficios, entre ellos mayor inversión extranjera, mayores niveles de empleo y liberalización de comercio (Creces, 2005), contribuyendo al desarrollo económico del país. Sin embargo, el modelo de desarrollo actual también ha tenido costos sociales y ambientales que hacen necesario contar con Políticas Públicas para enfrentar los problemas sociales y ambientales que se viven actualmente, y con ello además contribuir en la reducción de la pobreza y un justo reparto de riqueza en el mundo.

En este sentido, Chile tiene aún pendiente fomentar modelos de negocios vinculados a la economía social, como lo es el Comercio Justo, por lo cual surge la pregunta ¿Cómo fomentar el Comercio Justo en Chile desde el sector público, como una forma de contribuir al Desarrollo Económico de manera más equitativa? Además, es importante considerar este asunto como una oportunidad para el desarrollo de mercados sociales, ya que países desarrollados, que representan mercados internacionales objetivos para Chile, han incorporado nuevas características y requisitos en sus demandas, asociadas

a los valores del Comercio Justo. De ahí que se haga necesario contar con una Política Pública de fomento que beneficie a productores más desfavorecidos en el contexto del comercio internacional, de tal forma ellos puedan competir en mercados internacionales a partir del valor agregado que significa producir bajo esquemas más justos en toda la cadena productiva.

La no existencia de una política que fomente el Comercio Justo en Chile ha significado para los pequeños productores que estos difícilmente accedan a certificaciones de Comercio Justo por el alto costo que significa, generándose finalmente una élite, ya que sólo las empresas con mayor poder adquisitivo pueden acceder a la certificación, lo cual dista de los objetivos del Comercio Justo. Por otra parte no cuentan con los recursos para generar mayor difusión del sector ni las redes para entrar a canales de comercialización especializados para la venta de sus productos.

Si bien las primeras experiencias a nivel mundial de Comercio Justo remontan a los años 40's en Estados Unidos con la primera organización de Comercio Justo "Ten Thousand Villages", es en el año 1964 cuando se crea la primera Organización de Comercio Justo, año en el cual se solicita por primera vez y formalmente el fomento del comercio equitativo y la creación de reglas más justas en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio.

Más recientemente, el Comercio Justo ha sido fuertemente posicionado en Estados Unidos y Europa por fundaciones y ONG's, quienes a través de su vinculación con el sector público han logrado socializar el modelo, contando con apoyo para fomentar el sector y que este llegue a los consumidores a través de fuertes estrategias de difusión.

Particularmente en Latinoamérica, gracias a la existencia de la Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLAC), es que muchos pequeños productores han conocido el modelo y se han visto favorecidos al trabajar bajo este esquema. La coordinadora ha logrado trabajar con los diferentes países de la región a través de Coordinadoras Nacionales, las cuales hoy están presentes en todo Latinoamérica, las cuales a su vez trabajan con los diversos rubros que se han integrado al Comercio Justo a través de Organizaciones de Pequeños Productores. La coordinación que llevan estas organizaciones, les ha permitido agruparse de tal manera que se pueda representar al sector en consejos consultivos públicos-privados para fomentar el sector.

Concretamente, este estudio desarrolla un Análisis de Redes Políticas para caracterizar las relaciones entre el Estado y los representantes del Comercio Justo en Chile y las relaciones entre las organizaciones que componen el sector, destacando las estrategias que se desarrollan para posicionar el comercio justo en el país, a partir de las redes de colaboración que se forman en torno al tema en discusión.

Continuando con la línea conceptual del análisis de redes, se utiliza esta herramienta poco explotada en el ámbito económico, para determinar la posición de los actores en la red, su importancia e influencia para favorecer el desarrollo del sector en Chile.

La investigación pretende ser un aporte a la discusión en la formulación de una política de fomento al Comercio Justo y espera identificar qué actores no están cohesionados y

la ausencia de liderazgo en el posicionamiento de sus demandas en la construcción de la política pública, a través del análisis de redes.

Por otra parte, tras el Foro de Innovación Sustentable realizado el 2015 en Francia, nuevos lineamientos surgieron en post del desarrollo sustentable, motivo por el cual toma mayor importancia fomentar la sustentabilidad en un mundo cada vez más globalizado, donde es posible encontrar expresiones como la Economía Solidaria, la Economía del Bien Común, el Comercio Justo, entre otros.

Adelantándose a estas tendencias, es que Chile debería incorporar en sus Políticas Públicas, ejes de apoyo para exportadores chilenos en cuanto a la promoción del Comercio Justo, y también para potenciar el mercado nacional, ya que este promueve la equidad y la ética en las relaciones comerciales, contribuye a mejorar las condiciones de proveedores, y finalmente el Comercio Justo se presenta como una forma de garantizar que las condiciones de producción y comercio sean social, económica y medioambientalmente responsables. Por otra parte, ayuda a generar valor agregado en la oferta exportable del país, la cual tiene un mercado objetivo importante en Europa, donde la demanda de productos Fair Trade es creciente.

El documento está dividido en 5 capítulos. En el capítulo I se presenta el marco referencial pertinente para el estudio realizado, destacando el origen teórico del comercio justo y el surgimiento del modelo de la economía social, para terminar con una breve revisión de la literatura en lo que respecta a la metodología de análisis de redes sociales y su aplicación a la formulación de políticas públicas. En el capítulo II se presentan avances desde lo legislativo y la gestión en Chile, resaltando las más pertinentes para el desarrollo del comercio justo. Finalmente se identifican actores relevantes para el fomento del sector a partir de la Red de Fomento de la Economía Social, representantes del sector privado y algunas acciones que contribuyen al desarrollo sustentable, además de las instancias de participación que surgen para la promoción y levantamiento de información. En el capítulo III se realiza una recopilación de mejores prácticas de países miembros de CLAC, cuya gestión les ha permitido tener mayores avances en el fomento del comercio justo en sus países. Los países a comparar serán Ecuador y Brasil, señalados como los más avanzados en entrevista con CLAC, quien conoce de manera directa el trabajo que se realiza en dichos países. En el capítulo IV se presenta el análisis de redes políticas realizado, lo cual permitió representar la red en torno al fomento del comercio justo en Chile y su vinculación con el sector privado y la academia. Además se presentan los indicadores propios de la red que permitirán caracterizar su funcionamiento desde un enfoque global e individual. Para finalizar, en el capítulo V se presentan conclusiones a partir del estudio realizado.

1. Objetivos

Objetivo general

Analizar la participación en la formulación de políticas públicas para el fomento del Comercio Justo en Chile.

Objetivos específicos

1. Caracterizar el Comercio Justo en Chile en los últimos 3 años, desde el sector público en su ámbito de gestión y legislativo.
2. Identificar espacios de participación en torno al fomento del Comercio Justo en Chile, desde el sector público.
3. Identificar mejores prácticas en países miembros de CLAC que cuentan con un Plan Estratégico de Fomento al Comercio Justo.
4. Identificar red de actores, responsabilidades, nivel de liderazgo y cohesión en la promoción del Comercio Justo en Chile.

Resultados Esperados

El resultado esperado es lograr identificar cómo se desarrolla el Comercio Justo en términos de política pública en Chile y rescatar experiencias de países latinoamericanos más avanzados en la materia en los últimos años.

Por otra parte, se complementará el análisis utilizando la metodología del análisis de redes, la cual permitirá observar sobre cómo se aborda el fomento del Comercio Justo desde el sector público, a partir de redes de colaboración, generando con ello diversos instrumentos de apoyo a pequeños productores del sector.

2. Metodología

La investigación se realizará bajo el paradigma de la Economía Política, enmarcado en la Teoría de la Regulación (Infante, 2012) y el Modelo de Economía Solidaria, cuyos principios son la Igualdad, el Empleo, el Medio Ambiente, Cooperación, No Lucro y Compromiso con el Entorno (Askunze, 2007), teniendo como herramienta concreta el Comercio Justo con sus estándares basados en principios del modelo.

El paradigma de la investigación será Socio-Crítico, utilizando una metodología cualitativa y una técnica de investigación de estudio de caso y análisis de redes, con el cual se realizará un estudio descriptivo, que contribuya a generar recomendaciones para Chile en la incorporación de lineamientos del Comercio Justo en las políticas comerciales del país, producto de la aplicación de instrumentos de obtención de información tales como cuestionarios, entrevistas y revisión de registros.

Concretamente las fuentes de información serán primarias, al aplicar instrumentos de obtención de información a sujetos directamente relacionados, y secundarias al analizar información de publicaciones, políticas y programas de fomento al Comercio Justo en los países a estudiar. Para la validación de los resultados obtenidos, se utiliza la

triangulación de datos e información. El análisis propuesto es análisis de contenido, el cual permite estudiar temas de interés de manera objetiva y sistemática, en diferentes contextos, a partir de la definición de categorías de análisis definidas a partir de 2 entrevistas que se realizarán a representantes de la CLAC.

Los objetivos N°1, N°2 y N° 3 se lograrán principalmente a partir de la revisión de información proveniente de fuentes secundarias, tales como planes estratégicos, programas, políticas públicas, leyes y estudios. Todos estos, documentos oficiales publicados en los sitios de las organizaciones objeto de estudio, CLAC y DAES.

Para el caso del objetivo N° 2 se agregará como fuente de información la aplicación de una entrevista, a la División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía, la cual permite intercambiar información con el entrevistado de una manera más flexible y a partir de ello realizar una construcción conjunta de significados respecto a un tema (Sampieri, 2006), es decir levantamiento de espacios de participación desde la acción de DAES con actores en la red de comercio justo en Chile. Esto a su vez permitirá triangular la información respecto a lo obtenido de fuentes secundarias.

Respecto al objetivo N°3, para lograr identificar mejores prácticas en el fomento del Comercio Justo en otros países se utilizara como técnica metodológica cualitativa, el análisis de contenido, el cual permite revelar diferencias entre países, contribuir a la formulación de políticas y descubrir centros de interés, para el desarrollo del sector. El universo de estudio para llevar a cabo el análisis de contenido serán planes, programas o políticas de fomento del Comercio Justo (materiales de análisis), de tal forma que puedan ser comparables en base a categorías de estudio definidas según el trabajo realizado por CLAC. Las categorías deberán ser determinadas en base al problema de estudio (Sampieri, 2006). Estas se focalizarán en el análisis de redes de colaboración, participación con el entorno, contexto país el cual influye sobre el fomento de la economía social, la visión país respecto al comercio justo, la institucionalidad, el problema principal que se busca resolver con la economía social y como se aborda el financiamiento de empresas sociales.

Finalmente el objetivo N°4, las relaciones sociales suponen un nivel de complejidad que se enfrenta de tal forma hasta establecer una red social como resultado de la agregación de atributos y comportamientos individuales. Esto defiende la necesidad de considerar las pautas, relaciones o regularidades en las formas de interacción entre los actores como factores limitantes y potenciadoras de su acción, lo que da origen al Análisis de Redes Sociales (ARS), basado fuertemente en la teoría matemática de grafos para dar respaldo y refinar el instrumental conceptual y analítico de las redes sociales (Porras, 2001).

El desarrollo de ARS tiene un punto de partida en el cual se identificaran actores y tipo de relaciones a ser consideradas para el estudio. Como es señalado por Porrás en su publicación "Redes de Política Pública", la metodología para definir actores y tipo de relaciones puede ser realista y nominalista, para el caso de estudio la definición será nominalista, cuya definición de actores y relaciones está dada por el marco referencial (Porrás, 2001). La delimitación del espacio de estudio será la Red Pública de Fomento

a la Economía Social creada para el diseño de políticas públicas e instrumentos a ejecutarse en los diferentes servicios públicos de la red.

Posteriormente los actores a entrevistar para establecer los tipos de relaciones, serán seleccionados por criterios de representatividad. Además se deberán considerar los organismos públicos que puedan influenciar el funcionamiento del sector, para lo cual se deberán analizar las competencias de estos y su pertinencia en lo que respecta al fomento del Comercio Justo (Porrás, 2001).

Luego se deben establecer las dimensiones de la red, pudiendo utilizar un enfoque global o posicional. Para el caso de estudio se realizará un análisis mixto que permita estudiar la red desde un enfoque posicional y global.

Para la recopilación de datos se utilizará un cuestionario con preguntas semi-estructuradas, que facilite la sistematización de datos recogidos, los cuales serán posteriormente analizados en UCINET 6.614 del año 1992-2016 Analytic Technology (Borgatti & Freeman, 2002), software gratuito utilizado para el análisis de redes. El cuestionario deberá tener una extensión limitada y preguntas de control, para prevenir riesgos de agotamiento de los encuestados o distorsión de la información (Porrás, 2001), además de ser validado por juicio experto.

El posterior tratamiento de datos contribuirá a la generación de una matriz relacional entre actores y hechos en que son partícipes, y que será analizada a través de UCINET, para la generación de sociogramas y mediciones asociadas a los enfoques globales y posicionales, que permitirán establecer conclusiones en torno al análisis de redes sociales (Porrás, 2001).

Respecto a la matriz utilizada para realizar el ARS, se ha establecido utilizar una matriz normal, lo que significa que el flujo de vinculaciones de los nodos permite visualizar las relaciones unidireccionales y bidireccionales de la red. Esta a su vez es una matriz es idéntica, lo que revela que la cantidad e identificación de actores en las filas y columnas son los mismos y en el mismo orden. Esto implica además que la matriz es cuadrática.

Otro aspecto que se ha definido previamente es si los datos serán tratados de manera binaria, el cual no es el caso de estudio. Esto permitirá representar mejor la fuerza (o peso) de los enlaces. Ya que la matriz recogerá la cantidad de interacciones en diversas instancias para discutir sobre la promoción del comercio justo, ya sean reuniones de coordinación, seminarios, charlas, talleres, investigaciones, se codificará la participación en la siguiente escala:

Tabla N°1. Codificación de número de interacciones.

Escala	Rango
5	Más de 8 interacciones
4	Entre 6-7 interacciones
3	Entre 4-5 interacciones
2	Entre 2-3 interacciones
1	1 interacción
0	Nula, Sin respuesta

Fuente: elaboración propia.

Se utilizará la categorización de la tabla para evitar la imprecisión que surge al ser difícil para el participante recordar la cantidad de veces que participó por cada una de las circunstancias señaladas en la matriz en el último año.

Los indicadores que permitirán caracterizar la red se listan en la tabla.

Tabla N°2. Indicadores ARS.

Análisis	Indicador
Propiedades de la red	Densidad
Cohesión	Distancia
	Alcanzabilidad
Centralidad	Grado
	Cercanía
	Intermediación
	Centralidad de flujo
	Distancia geodésica
	Centralidad de Bonacich
Roles y posiciones sociales	Equivalencia estructural
	Equivalencia regular

Fuente: Guía práctica de redes sociales. (Rodríguez & Mérida, 2005).

I. CAPITULO I MARCO REFERENCIAL AL COMERCIO JUSTO EN CHILE

En el siguiente capítulo se presenta el marco teórico que sustenta el origen del Comercio Justo, como una expresión de los Modelos de Economía Social y Solidaria, el cual rescata los principios del Modelo de Economía Social, derivado de la Teoría de la Regulación y la Teoría de los Bienes Comunes, ambas alojadas en el Paradigma de la Economía Política.

El Comercio Justo se define como un *“Movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur”* (WFTO, 2015).

Se presenta como un sistema comercial más social y alternativo que busca mejorar el acceso a los mercados de los productores más desfavorecidos (OXFAM, 2016) en el ejercicio del comercio internacional.

En aplicación de los principios del Modelo de Economía Social y Solidaria, el Comercio Justo busca certificar el cumplimiento de 10 estándares (Proqualitas, 2015: 27):

1. Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos.
2. Transparencia y responsabilidad en aspectos de gestión y rendición de cuentas.
3. Prácticas comerciales sostenibles.
4. Pago de un precio justo y pago oportuno.
5. No al trabajo infantil ni trabajo forzoso.
6. No discriminación, equidad de género y libertad de asociación.
7. Condiciones de trabajo seguras y sanas.
8. Desarrollo de capacidades.
9. Medio ambiente: Prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad.
10. Promoción del comercio justo.

El Comercio Justo es una herramienta de cooperación de largo plazo, que aporta una visión de equidad a las relaciones comerciales entre los países, más allá de la búsqueda de eficiencia económica. Esta alternativa de comercio convive con el comercio internacional promoviendo un mundo más justo y sostenible basado en la cooperación y la transparencia (Cortes, 2008: 28).

1. Origen teórico del Comercio Justo

En la teoría económica es posible distinguir tres grandes corrientes, la Teoría Keynesiana, la Teoría Neoclásica y la Teoría de la Economía Política. De acuerdo a Federico Engels, quien se encargaría de continuar la obra de Karl Marx titulada “El Capital” publicada en 1867, se define la Economía Política como “La ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas” (Engel, 1859: 12).

La economía política es una ciencia que trata del desarrollo de las relaciones sociales de producción, estudia las leyes económicas que rigen la producción, la distribución, el cambio y el consumo de los bienes materiales en la sociedad humana y muestra las condiciones y causas del origen, evolución y cambio de las formas sociales de producción (Vidal, 1965).

De la Economía Política destaca el pensamiento Marxista, quien critica al capitalismo considerándolo como un sistema cuya política y estructura están determinadas por la economía, señalando que son importantes las relaciones económico-sociales que establecen los sujetos para resolver un problema, el sistema económico varía según cómo se configure la relación entre el ser humano y que los hombres deben transformar la realidad beneficiando a la sociedad (Urrutia, 2000: 4-5).

Bajo el paradigma de la economía política surgen entonces diversas teorías, entre las cuales desde un enfoque privado, se encuentra la Teoría de la Regulación, cuyo objetivo es analizar por qué una industria es capaz de utilizar al Estado para alcanzar sus fines, o bien cómo la empresa es utilizada por el Estado con fines particulares. En esta teoría se sugieren cuatro instrumentos de política:

- Subsidios directos
- Control al ingreso
- Mecanismos que afectan sustitutos y complementos
- Fijación de precios administrados

A través del enfoque privado Stigler (1971) busca mostrar cómo funciona la regulación que protege la producción, explicando beneficios, desventajas de la regulación y efectos sobre la asignación de recursos.

Desde un enfoque normativo, la teoría se concentra en regular el interés público, quienes logran regular los casos en los que se producen fallas de mercado, tales como las externalidades del ejercicio privado, permitiendo corregir la inequidad (Páez, 2010: 41).

La teoría aporta en el desarrollo del Comercio Justo, un mecanismo de acumulación más distributivo. Esta regulación se centra en el rol del Estado y los mercados, como influyentes sobre el comportamiento de los productores y consumidores y por el otro contribuyen a una dinámica más distributiva (Infante, 2012: 127).

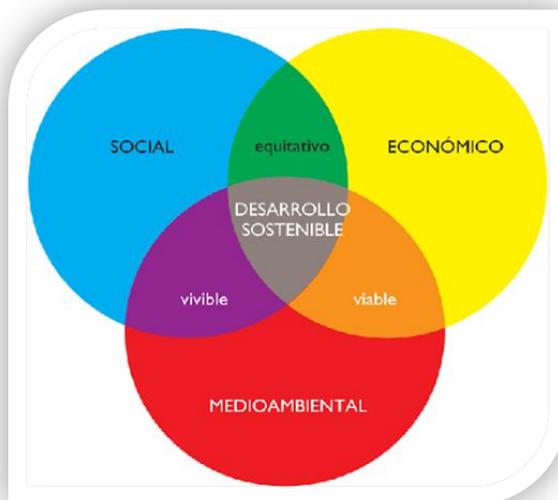
Por otra parte se encuentra la Teoría de los Bienes Comunes, en la cual se señala que los bienes comunes son aquellos utilizados de manera colectiva que no pueden ser de propiedad privada ni ser gestionados por criterios de racionalidad individual, sino más bien deben ser gestionados por políticas públicas que tengan como fin el desarrollo local, global y la integración, lo cual implica necesariamente interacción entre actores del mercado, estado y sociedad civil, de tal forma que el beneficio se materialice para todos los involucrados (Lozano, 2014).

Entre los autores más recientes y que han dado relevancia a la teoría, se encuentra Elinor Ostrom, Premio Nobel de Economía el 2009, quien demuestra que las comunidades bien organizadas y bien gestionadas aprovechan mejor los recursos y los distribuyen de manera igualitaria, desarrollan normas eficaces, usan los bienes comunes de una manera más sostenible, son capaces de resolver sus propios conflictos y tienen un conocimiento directo de la realidad ya que están en ella. A través de sus estudios, se ha demostrado que la sociedad es capaz de gestionar de una manera sostenible los recursos comunes, en vez de llegar a la reducción de bienes comunes y generar conflictos medioambientales (Rodríguez, 2010: 363-375).

De lo anterior se puede notar que la visión Marxista prevalece en las bases que sustentan el Comercio Justo, por la búsqueda de un beneficio equitativo a partir de las relaciones entre personas/consumidores y productores que surgen por el intercambio de bienes (Engel, 1859: 12).

Luego al vincular la visión sostenible de las teorías revisadas, surgen los modelos de economía social cuyo fin es el logro de desarrollo social, que implicaría reducción de la pobreza y aumento de la equidad, desarrollo económico, generando oportunidades de desarrollo de manera igualitaria y mejora de condiciones para la parte de la cadena productiva más desfavorecida, y reducción del impacto ambiental que trae consigo el desarrollo económico, para lograr un mundo viable, vivible y equitativo.

Ilustración N°1. Desarrollo Sustentable.



Fuente: Instituto Politécnico Nacional. 2013.

2. Modelo de Economía Social

Economía social tiene sus raíces en la Europa medieval. Es un concepto en definición por la complejidad que representa la realidad social. Está compuesto por todas aquellas empresas y/o organizaciones creadas y recuperadas para producir bienes y servicios, pero sin pretender beneficios económicos, más bien en busca del bienestar social de sus integrantes y el general de las personas cercanas al entorno de la organización.

En el Modelo de Economía Social y Solidaria prevalecen cinco principios cuyo foco es la búsqueda del desarrollo sostenible y sustentable, incorporando valores universales que rijan la sociedad y las relaciones de la ciudadanía (REAS, 2011):

- Equidad
- Justicia
- Fraternidad Económica
- Solidaridad Social
- Democracia Directa

Este modelo da origen a diferentes movimientos que tienen como base los principios antes mencionados, poniendo como eje central el desarrollo de las personas cuidando al medio ambiente. Otras expresiones de la Economía Social son:

Tabla N°3. Expresiones de la Economía Social.

Expresión	Explicación
Sistema B	El modelo busca generar conexiones críticas entre actores claves, para la construcción de Comunidades de Práctica, las cuales serían el motor del cambio hacia las Nuevas Economías. La articulación daría origen a la reflexión, diálogo, apropiación de valores y construcción de agendas colectivas que van más allá de las agendas personales (Sistema B, 2016).
Economía del Bien Común	Expresión de la ES que busca ser un “sistema económico basado en los valores humanos de dignidad, solidaridad, sostenibilidad, justicia social y democracia, donde las empresas no se esfuerzan por competir entre ellas, sino que cooperan para conseguir el mayor bien común para la sociedad en su conjunto” (Plataforma de Comercio Justo en Chile, 2014). Intenta resolver la contradicción entre los valores que rigen los mercados y los valores universales que sustentan las relaciones humanas y ecológicas, (EBC, 2016).
Banca Ética	Promueve que los bancos adheridos no presten servicios teniendo como fin último la maximización de sus rentabilidades, sino que estén basados en principios cooperativos sostenibles. Institucionalmente promueve la participación cooperativa, gestionando de manera transparente los recursos que sus clientes depositan en la institución, fomentando a su vez una economía real priorizando el desarrollo social (Banca Ética, 2016).

<p>Consumo Responsable</p>	<p>El movimiento de Consumo Responsable es aquel que considera la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran.</p> <p>Como lo sugiere el sitio oficial de la organización de Consumo Responsable en Chile, un consumidor responsable debiese (Consumo Responsable, 2016):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerar el impacto ambiental desde el punto de vista del ciclo de vida del producto a comprar, valorando los procesos de producción, transporte, distribución, consumo y residuos que deja el producto. • Determinar la huella ecológica que determinado estilo de vida y consumismo producen. • Determinar qué empresas, productos y servicios, respetan el medio ambiente y los derechos humanos para preferirlos frente a otros que no cumplan con los citados requisitos. • Plantear el tipo de comercio que se desea favorecer. • Asegurar la calidad de lo comprado.
<p>Economía Solidaria</p>	<p>Economía Solidaria es una expresión de la Economía Social en <i>“búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo”</i> (Sanhueza, 2011: 58). Reconoce las dimensiones sociales de la economía, basada en los tratados corrientes de la economía con un enfoque asociativo entre las instituciones empresariales, buscando sustituir la competencia por la colaboración (Ramírez, 2010: 3).</p> <p>Como lo señala José Luis Coraggio la economía, entendida como un “sistema que asigna medios escasos para maximizar el bienestar”, se articula con la economía social por el intercambio de bienes y servicios, sin embargo se da un nuevo sentido a la “propiedad privada, la cosificación y mercantilización del trabajo, de la tierra y del dinero” (Economía Solidaria, 2010).</p> <p>Se articula con la economía social al sentar las bases para un funcionamiento y gestión más democráticas, con igualdad de derechos y deberes, y un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, rescatando que la economía solidaria pone la solidaridad como necesaria para dar y buscar otro sentido a la economía considerando al sujeto colectivo y no individual.</p> <p>Economía Social Solidaria es un elemento clave del Capital Social que amplía la posibilidad de contribuir al desarrollo económico regional, desde una visión microeconómica y macroeconómica (Palafox, Espejel & Ochoa, 2014: 4).</p>

<p>Cooperativas</p>	<p>Asociaciones autónomas que tienen como objetivo principal la mejora de la calidad de vida de los socios, otorgándole igualdad de derechos y obligaciones a cada miembro, quienes pueden ingresar y retirarse de la cooperativa de manera voluntaria, en el caso de Chile. Cada miembro debe hacer uso de su voto de forma neutral en términos políticos y religiosos, desarrollar educación cooperativa y fomentar relaciones entre cooperativas (DAES, 2016).</p> <p>El surgimiento de estas en Chile data desde 1887, de manera informal, en la búsqueda de erradicar el sistema excluyente e inequitativo de la época. Años más tarde surgiría la primera Ley de Cooperativas (Ley N°4.058), creándose en 1927 el Departamento de Cooperativas (DECOOP) dependiente del Ministerio de Fomento.</p> <p>Este modelo de gestión se vuelve atractivo a la hora de pensar un desarrollo sustentable, ya que reduce fallas de mercado, aprovecha economías de escala, y logra satisfacer las demandas directas de los socios con su producción de bienes y servicios, sin embargo en lo concreto las Cooperativas carecen de marcos legales adecuados y enfrentan regulaciones y políticas públicas inadecuadas, aspectos que se han trabajado en los últimos años (Ministerio de Economía, 2014).</p>
----------------------------	--

Fuente: diversas fuentes.

A partir de las diferentes teorías descritas y las variables que definen el valor en cada una de ellas, es posible construir modelos de desarrollo sustentable y sostenible con una base común de principios que da origen a los diversas expresiones descritas en la tabla N°3 en diversos ámbitos de la economía, ya sean financieros, productivos o de consumo.

Por esto mismo, en consideración de los principios que rigen las diferentes expresiones de la Economía Social, se puede concebir concretamente el Comercio Justo como mecanismo promotor del desarrollo local que permita la consecución de un desarrollo eficiente, equitativo, y sustentable, enfocándose en el fomento y desarrollo de actividades productivas y/o artesanales locales o micro-emprendimientos y la creación y fortalecimiento de redes de micro o pequeñas empresas que interactúan sobre la base de la cooperación, confianza, solidaridad y respeto mutuo (Sanhueza & Rodríguez, 2011: 59) y no sólo como una estrategia de comercialización, sino como una forma de “promoción de la producción local sustentable, la generación de empleo, relaciones de equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo desde el espacio local” (Coscione, 2015: 16).

3. Análisis de Redes Políticas

El Análisis de Redes Sociales se ha convertido en uno de los marcos conceptuales y analíticos más utilizados para afrontar la creciente complejidad que supone el estudio de las políticas públicas. (ARS Chile, 2016).

Esta metodología busca superar las limitaciones de los enfoques más tradicionales en el campo de la Administración Pública y la Ciencia Política para abordar, entre otros, la creciente movilización e influencia de los intereses privados en la definición de la agenda pública o la redefinición del Estado en el contexto del proceso de globalización. (ARS Chile, 2016).

La idea básica de una red social se trata de un conjunto de actores entre los que existen vínculos. Estas pueden estar compuestas por muchos o pocos actores y una o más clases de relaciones entre pares de actores. Para la representación de la red se utilizan técnicas matemáticas y de grafos en el análisis de redes sociales, que permite mapear las relaciones de forma concisa y sistemática (Hanneman. 2006).

Particularmente las redes de políticas públicas son relaciones relativamente estables entre actores que se coordinan en torno a problemas y/o de los programas de políticas, por lo que es posible describir relaciones entre actores que son típicamente voluntarias y horizontales (Alcañiz, 2013).

Es entonces posible mapear, visualizar y explicar las estrategias de cooperación entre un número de actores, resolviendo analíticamente el problema entorno a estructuras sociales y agencia política (Naranjo, 2009).

La metodología, muy relacionada con la ciencia política, permite caracterizar la red a partir de diversos indicadores, descritos en la siguiente tabla, entre ellos es posible identificar actores de poder, la cohesión de la red, entre otros aspectos, todos ellos objetivo del presente estudio.

Tabla N°4. Indicadores ARS.

Análisis	Indicador	Interpretación
Propiedades de la red	Densidad	La densidad mide la proporción de relaciones existentes sobre el total de relaciones posibles. Indica la intensidad de las relaciones en el conjunto de la red. Una estructura densa, donde los actores están mejor conectados, podrá transmitir información y recursos de manera más efectiva.
Cohesión	Distancia	La distancia nos indica el esfuerzo para que un actor alcance a otro. La distancia geodésica es el número de relaciones en el camino más corto de un actor a otro. La distancia geodésica más grande se llama excentricidad (medida de lejanía de un actor a otro). El diámetro de una red es la distancia geodésica más larga de la red.
	Alcanzabilidad	Un actor es alcanzable por otro si existe un conjunto de conexiones que van de uno a otro. Si hay actores no conectados nos apuntan a una red des-estructurada, posibilidad de subgrupos.
Centralidad (Estudia los actores más centrales, más prominentes, más poderosos y prestigiosos).	Grado	Las redes asimétricas utilizan los indicadores Out-degree e In-degree. La primera denota los inicios de relaciones e indica el número de conexiones directas iniciadas por cada actor. Refleja tanto la actividad social de cada actor como su capacidad para acceder al resto de actores. La segunda es la recepción e indica el número de actores que se relacionan de forma directa (que contactan) a cada actor. Permite conocer a los actores más prestigiosos o de referencia para el resto de la red. Posiblemente es el indicador ideal para el análisis de prestigio y poder.
	Cercanía	La cercanía mide la distancia media de cada actor con respecto al resto de actores de la red. Los indicadores mayores sugieren que hay una facilidad mayor de acceso al resto de los miembros de la red. Una mayor capacidad de obtener y enviar información.
	Intermediación	Para cada actor nos indica en qué medida está en una posición intermedia en las comunicaciones geodésicas (es decir, más cortas) entre el resto de actores. Los actores con mayor intermediación tienen un gran poder porque controlan los flujos de comunicación óptimos.
	Centralidad de flujo	La centralidad de flujo indica la posición de intermediación que ocupa cada actor en todos los tipos de contactos y comunicaciones que mantiene con otros actores. Calcula el flujo de intermediación de la red en cada vértice para conocer los valores de centralidad de flujo que tiene toda la red.

	Distancia geodésica	La Distancia geodésica nos permite identificar a los actores más centrales en términos de la estructura global de la red. Una mayor puntuación sugiere mayor centralidad.
	Centralidad de Bonacich	El Índice de poder de Bonacich plantea que la centralidad de cada actor está en función de: -La cantidad de conexiones que tiene el actor. -Cuántas conexiones tienen los actores de su vecindario. Cuantas más conexiones tengan los actores del vecindario de A, más central será A.
Roles y posiciones sociales	Equivalencia estructural	La equivalencia estructural indica que dos o más actores siguen pautas idénticas de comportamiento en sus relaciones con otros actores. Por consiguiente, son considerados sustituibles y representan una posición social.
	Equivalencia regular	La equivalencia regular indica que dos o más actores siguen pautas similares de comportamiento en sus relaciones con otros actores. Lo esencial es que son relaciones similares porque se mantienen con actores de otros sub-conjuntos de actores, que a su vez son equivalentes. La equivalencia regular describe los papeles o posiciones sociales fundamentales de la estructura social.

Fuente: elaboración propia a partir de Guía para Redes Sociales. (Rodríguez & Mérida, 2005).

II. CAPITULO II AVANCES Y RECONOCIMIENTO DEL COMERCIO JUSTO

La creación de la División de Asociatividad y Economía Social (DAES) el 4 de agosto del 2014, mediante resolución exenta N° 1.774, de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, marca un punto de inicio en lo que respecta al reconocimiento de la Economía Social y Solidaria en Chile, desde el sector público.

DAES surge con el objetivo de *“Organizar, administrar y gestionar labores relacionadas, que competen a la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, encargándose de la coordinación intersectorial para el desarrollo e implementación de políticas públicas relacionadas con el país”* (DAES, 2016).

A pesar de que existen diversos instrumentos públicos que contribuyen al desarrollo de las diferentes expresiones de la Economía Social, los cuales fueron creados con una visión de maximización de rentabilidad, este no cuenta con un marco legal que regule su funcionamiento, no así en lo que respecta a gestión pública, ya que la creación de DAES surge para *“Promover y fomentar la incorporación de las empresas y comunidades de la Economía Social al ciclo productivo, actuando como un ente articulador, como un creador de vínculos entre las distintas partes que conforman la cadena, fomentando así la generación de más y mejores oportunidades”* (DAES, 2016).

DAES surge a cargo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y establece su Plan de Acción 2015-2018, aprobado en abril de 2015, en el cual se abordan 6 ejes estratégicos de actuación, como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla N°5: Ejes Estratégicos DAES.

Ejes	Líneas Programáticas
Capacitación y Fomento	<ul style="list-style-type: none">• Institucionalidad• Organizaciones ESS
Mejora de Capacidades y Disminución de Brechas	<ul style="list-style-type: none">• Género• Internacional• Innovación
Marco Normativo y Fiscalización	<ul style="list-style-type: none">• Fiscalización y Gestión del Riesgo• Modernización Normativa
Modernización de Gestión Interna	<ul style="list-style-type: none">• Atención al usuario
Derecho Sectorial	<ul style="list-style-type: none">• Focalización Sectorial
Estudio, Difusión y Seguimiento	<ul style="list-style-type: none">• Atención de difusión• Indicadores de Resultados

Fuente: Web DAES.

Ya que la Economía Social cuenta con diferentes movimientos que han surgido en base a la promoción de los principios que la sustentan, DAES reconoce en el discurso y trabaja actualmente con Cooperativas, Asociaciones Gremiales, Asociaciones de Consumidores, Comercio Justo, Empresas B, entre otros tipos de empresas sociales, enfocándose fuertemente en el Cooperativismo, a diferencia de los gobiernos anteriores.

Entre las 28 medidas establecidas en el Plan de Acción, las más significativas y que contribuyen a la adecuada generación de políticas públicas para el fomento de la ESS son:

- Creación de Red Pública de Fomento de la Economía Social y Cooperativa.
- Creación Consejo Consultivo Público-Privado.

Ambas medidas facilitan la generación de espacios de debate entre el sector público y privado para generar medidas participativas respecto al fomento de la ESS. Hasta junio del 2016 se han realizado 3 sesiones de trabajo abordando aspectos como: (Consejo Consultivo Público Privado, 2015):

- Acceso a servicios
- Innovación
- Desarrollo de habilidades y formación
- Diseño de la Política Pública
- Revisión normativa
- Sectorial

1. Aspectos Legislativos

Desde la creación de la DAES, como se mencionó anteriormente, éste se ha enfocado en mejorar el marco legal, las políticas públicas y regulaciones de las Asociaciones Gremiales y Cooperativas. Producto de esto hoy en día existen en:

- Cooperativas
 - Nueva Ley General de Cooperativas. Publicada el 6 de enero de 2016
 - Modificaciones a la Ley de Cooperativas. Publicada el 6 de enero de 2016
- Asociaciones Gremiales
 - Ley N°19496 Protección a consumidores. Modificación enero 2014.

La modificación a la Ley General de Cooperativas suma importancia para el desarrollo de la Economía Social en el país, ya que incorpora el deber de tender a la inclusión, valorando la diversidad y promover la igualdad de derechos entre los asociados y asociadas de la cooperativa (DAES, 2016).

Las cooperativas representan la aproximación más concreta del Estado hacia la promoción de la economía social en la actualidad.

Otros factores que han determinado la focalización de esfuerzos en mejorar y actualizar las condiciones legales para el funcionamiento de cooperativas y asociaciones gremiales son el apoyo político para fortalecer el cooperativismo y gremialismo ya que constituyen una manera de alcanzar desarrollo económico y social, de manera equitativa a partir de toma de decisiones democráticas.

Además el gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet ha establecido dos medidas en la Agenda de Productividad 2014-2018 que apuntan a Mejorar las Condiciones de los Mercados:

- N°42: Creación de Marco Jurídico para Empresas B.

Si bien la medida es titulada como un marco jurídico para empresas B, esta busca ser un marco regulatorio para todo tipo de empresa social, estableciendo derechos y obligaciones para su actuar, de acuerdo a lo que se declara en la Agenda de Productividad (Agenda de Productividad, 2014).

Esta medida fue avanzada durante los dos primeros años de la DAES, sin embargo hoy en día se trabaja en una propuesta de ley más simplificada, cuyas diferencias con la propuesta inicial se desconocen.

Sin duda el gobierno, desde el Ministerio de Economía y su división, ha realizado un esfuerzo al intentar sentar las bases para la ESS, sin embargo existe un déficit en investigación, la cual es esporádica y con enfoques dispersos, e institucionalidad que permita mejorar la gestión pública para abordar las demandas del sector y proveer de un marco regulatorio adecuado para el correcto funcionamiento de la ESS (Radrigán, 2016).

Es necesario, a partir de redes de colaboración, trabajar sobre políticas que aborden la necesidad de trazabilidad del sector y el cuidado del medio ambiente. Sin embargo son aspectos que pueden ser abordados en la ley de cooperativas, motivo por el cual se ha debilitado el trabajo en la propuesta de ley de economía social. Por otra parte, se debe considerar el potencial de la red de economía social y el consejo consultivo para generar instrumentos validados por los diversos actores que pueden participar de la economía social y el comercio justo en el país, sin perder el foco del modelo, apoyar a pequeños productores.

Hoy en día grandes y pequeñas empresas se han certificado en comercio justo, por eso DAES considera que la elaboración de una ley de economía social debe ser discutida de tal forma que sea beneficiosa para todos, considerando los diversos perfiles del sector, señalando como ejemplo el caso de la exención tributaria, cuyo impacto es considerablemente importante en empresas de menor tamaño.

- N° 43: Fortalecimiento de Cooperativas y Empresas Sociales.

La medida N°42 de la agenda se encuentra en total cumplimiento. Para lograr el objetivo de la medida se realizó un “Programa de capacitación a la gestión empresarial y organizacional para cooperativas de reciente creación o en proceso de constitución” y se creó un “Consejo consultivo público-privado”, el cual se encarga de “guiar y hacer el seguimiento de las políticas de fomento y desarrollo cooperativo” (Agenda de Productividad, 2014).

Estas acciones forman parte de la DAES y constituyen pasos iniciales para fomentar la ESS y el Comercio Justo en el país.

2. Aspectos de Gestión

En la primera sesión del Consejo Consultivo Público-Privado realizada el 2015, se presentaron avances y futuras medidas a gestionar en los diferentes ejes de trabajo establecidos en el Plan de Acción al 2018. Estos se detallan a continuación.

Tabla N°6. Medidas Plan de Acción al 2018.

Ejes	Líneas Programáticas
Capacitación y Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Institucionalidad <ul style="list-style-type: none"> -A partir de la creación de la Red Pública de Fomento Productivo y Social se han establecido acuerdos con INDAP, SERCOTEC, SUBDERE y SUBPESCA. En proyectos acuerdos con CORFO, SENCE, Energía y Obras Hidráulicas. -300 funcionarios y directivos públicos capacitados en ESS. Meta 2018 es 1000 funcionarios. -Creación de un Modelo de Gestión Integral de proyectos asociativos. • Organizaciones ESS <ul style="list-style-type: none"> -Capacitación a 200 socios, directivos o trabajadores de Cooperativas y Asociaciones Gremiales. -Asesoría técnica piloto a 10 organizaciones sociales creadas recientemente. -Creación de mecanismos especializados de financiamiento para el 2017. -Articulación a nivel intersectorial, local y nacional hacia el 2017.
Mejora de Capacidades y Disminución de Brechas	<ul style="list-style-type: none"> • Género <ul style="list-style-type: none"> -Creación de Red de Mujeres Líderes para la Economía Social hacia el 2017. -Capacitación al sector público sobre el enfoque de género aplicado a la Red Pública de Fomento. • Internacional <ul style="list-style-type: none"> -Se firmará un Convenio de Cooperación con Comisión Europea al 2017. -Para internacionalizar empresas de ESS se establecerá un acuerdo con FAO y DIRECON/PROCHILE. • Innovación <ul style="list-style-type: none"> -Creación de Proyecto FIA¹ y redirección de fondos para investigación.
Marco Normativo y Fiscalización	<ul style="list-style-type: none"> • Fiscalización y Gestión del Riesgo <ul style="list-style-type: none"> -Evaluación para facilitar la normalización de Cooperativas.

¹ Fondo de Innovación Agraria.

	<ul style="list-style-type: none"> • Modernización Normativa <ul style="list-style-type: none"> -Creación de proyecto de ley de Asociaciones Gremiales. -Diseño de estatutos de organizaciones de la Economía Social, para configurar el marco jurídico del sector, llevar un registro de empresas y apoyar la certificación. -Nuevo reglamento de Ley General de Cooperativas.
Modernización de Gestión Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al usuario <ul style="list-style-type: none"> -Creación de plataforma de atención en línea. -Facilitar emprendimientos y control legal del sector.
Derecho Sectorial	<ul style="list-style-type: none"> • Focalización Sectorial
Estudio, Difusión y Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Atención de difusión • Indicadores de Resultados <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de estudios sectoriales. -Preparación de proyectos colaborativos. -Concurso de tesis de ESS. -Creación de organizaciones y empresas sociales.

Fuente: Consejo Consultivo Público Privado, 2015.

Además de las medidas, las cuales ya presentan avances, en entrevista con Mario Radrigán, ex jefe de la división desde su creación hasta enero del 2015, destaca el hecho de haber llevado los criterios de la ESS a las compras del Estado, al generar un Reglamento de Compras Verdes, publicado en mayo del 2015, el cual otorga mayor puntaje a empresas con acreditación social, lo cual a su vez incentiva a los proveedores del Estado a contar con estas acreditaciones (Radrigán, 2016).

a) Relación con instrumentos de servicios públicos miembros de la Red Pública de Fomento de la Economía Social y Cooperativa

El Comercio Justo es una de las expresiones de la ESS más completas para lograr desarrollo sustentable y sostenible, ya que entre sus 10 estándares abarca ámbitos que promueven el desarrollo económico, social y la preocupación por disminuir el impacto ambiental. Para lograr cada uno de estos 10 estándares, existen diferentes instrumentos de servicios públicos que han sido de apoyo para el desarrollo del sector.

Tabla N°7. Instrumentos que apoyan la Economía Social.

Servicio Público	Instrumentos
INDAP	<p>En el caso de INDAP, no existe un programa que fomente directamente el comercio justo, más bien existen programas que apuntan a mejorar las capacidades de quienes trabajan en empresas sociales a través del Programa de Agricultura Familiar Campesina.</p> <p>Este programa es impulsado por la FAO, quienes definen la Agricultura Familiar como una "Forma de organizar, la producción agrícola y</p>

silvícola, así como la pesca, el pastoreo y la acuicultura, que es gestionada y dirigida por una familia y que en su mayor parte depende de mano de obra familiar, tanto de mujeres como de hombres. La familia y la explotación están vinculadas, co-evolucionan y combinan funciones económicas, ambientales, reproductivas, sociales y culturales” (INDAP, 2016).

El programa cuenta además con proyección internacional gracias al apoyo de PROCHILE, quienes tienen la capacidad institucional para identificar oportunidades en mercados internacionales y capacitar a empresas y productores para desarrollar habilidades para ejercer el comercio exterior.

Específicamente el programa pone énfasis en:

- Desarrollo territorial rural, considerando la diversidad geográfica con la que cuenta el país.
- Potenciar el desarrollo de pueblos originarios, para preservar su cultura.
- Destacar la participación de mujeres y jóvenes en la agricultura familiar (enfoque de género).
- Comercio Justo y canales de comercialización sostenibles, fomentando la Asociatividad y cooperación.
- Comercio regional a nivel latinoamericano.

Por otra parte INDAP trabaja con un Sello “Manos Campesinas”, creado a inicio del 2015, el cual es un “distintivo que busca diferenciar los productos y servicios generados por la Agricultura Familiar Campesina de los productos industriales, asegurándole al consumidor el origen y potenciando ciertas características propias de la producción campesina”. Su adhesión es voluntaria y concretamente garantiza que los productos sean (INDAP, 2016):

- De origen campesino, generados por pequeños productores.
- Artesanales, con procesos realizados de forma manual y a baja escala principalmente.
- Promotores del desarrollo económico local (producidos con materia prima local y con cadena de intermediarios más acotada).
- Sanos (con resoluciones sanitarias y uso controlado de agroquímicos).

Si bien el sello permite reconocer productos con las características antes mencionadas, su mercado objetivo es nacional, por lo cual se cuestiona su potencial de reconocimiento internacional, ya que para ello existen sellos reconocidos a nivel mundial (Jiménez, 2016).

CORFO	<p>CORFO cuenta con un programa de Fomento a la Calidad (FOCAL) cuyo objetivo es “Apoyar a las empresas en el mejoramiento de la productividad y competitividad, a través de un incentivo a la implementación y certificación de normas técnicas de sistemas de gestión y de productos o de protocolos, reconocidos por esta Corporación como habilitantes para acceder a mercados más sofisticados o de exportación”.</p> <p>De acuerdo al estudio realizado por Consultora Proqualitas, dicho programa es un potencial instrumento de apoyo a la certificación del Comercio Justo ya que permitiría cofinanciar consultorías y/o asistencias técnicas necesarias para certificar o re-certificar normas técnicas de sistemas de gestión y de productos o de protocolos, sobre todo de empresas de menor tamaño que en muchos casos no cuentan con los recursos para optar a la certificación o implementar las mejoras necesarias para el logro de esta (Proqualitas, 2015).</p> <p>Se considera relevante la incorporación de certificación de comercio justo en el programa FOCAL por su impacto en el comercio exterior, al generar valor agregado en la oferta exportable país al contar con un sello reconocido internacionalmente y valorado crecientemente por los consumidores en mercados con los cuales Chile guarda relación comercial de las regiones del norte (CORFO, 2016).</p> <p>En cuanto a apoyo financiero, la Gerencia de intermediación Financiera cuenta con 2 programas que han incorporado a cooperativas entre quienes pueden postular:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microcrédito – 2002 • Fortalecimiento de cooperativas 						
Ministerio de Medio Ambiente	<p>El ministerio cuenta con un Comité de Consumo y Producción Limpia, creado el 2014, encargado de generar un Programa de Consumo y Producción Sustentable para modificar los patrones de consumo y producción, dado el pacto global 10YFP, disminuyendo así la degradación del medio ambiente.</p> <p>El comité está compuesto por 18 instituciones públicas y desde sus inicios han puesto énfasis en la creación de herramientas e instrumentos de fomento como se puede ver en la siguiente tabla.</p> <p style="text-align: center;">Tabla. Instrumentos para el Consumo y Producción Limpia.</p> <table border="1" data-bbox="448 1692 1455 1919"> <thead> <tr> <th data-bbox="448 1692 727 1730">Instrumento</th> <th data-bbox="727 1692 1455 1730">Objetivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="448 1730 727 1843">Eco-etiquetas</td> <td data-bbox="727 1730 1455 1843">Garantiza al consumidor que un producto ha sido fabricado con un menor impacto sobre el medio ambiente.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1843 727 1919">Eco-innovación</td> <td data-bbox="727 1843 1455 1919">Fomentar la innovación que beneficia el medio ambiente.</td> </tr> </tbody> </table>	Instrumento	Objetivo	Eco-etiquetas	Garantiza al consumidor que un producto ha sido fabricado con un menor impacto sobre el medio ambiente.	Eco-innovación	Fomentar la innovación que beneficia el medio ambiente.
Instrumento	Objetivo						
Eco-etiquetas	Garantiza al consumidor que un producto ha sido fabricado con un menor impacto sobre el medio ambiente.						
Eco-innovación	Fomentar la innovación que beneficia el medio ambiente.						

	<table border="1"> <tr> <td>Compras Sustentables</td> <td>Contribuir a la generación de oferta del mercado ambiental.</td> </tr> <tr> <td>Eco-Diseño</td> <td>Disminuir impacto ambiental de la producción desde sus orígenes.</td> </tr> <tr> <td>Turismo Sustentable</td> <td>Apoyar la planificación, inversión, gestión, promoción y monitoreo del turismo.</td> </tr> <tr> <td>Construcción Sustentable</td> <td>Considerar criterios ambientales y sociales en la edificación (eficiencia energética, hídrica, espacios libres, etc.).</td> </tr> <tr> <td>Educación</td> <td>Fomentar el consumo responsable.</td> </tr> </table>	Compras Sustentables	Contribuir a la generación de oferta del mercado ambiental.	Eco-Diseño	Disminuir impacto ambiental de la producción desde sus orígenes.	Turismo Sustentable	Apoyar la planificación, inversión, gestión, promoción y monitoreo del turismo.	Construcción Sustentable	Considerar criterios ambientales y sociales en la edificación (eficiencia energética, hídrica, espacios libres, etc.).	Educación	Fomentar el consumo responsable.
Compras Sustentables	Contribuir a la generación de oferta del mercado ambiental.										
Eco-Diseño	Disminuir impacto ambiental de la producción desde sus orígenes.										
Turismo Sustentable	Apoyar la planificación, inversión, gestión, promoción y monitoreo del turismo.										
Construcción Sustentable	Considerar criterios ambientales y sociales en la edificación (eficiencia energética, hídrica, espacios libres, etc.).										
Educación	Fomentar el consumo responsable.										
	<p>Fuente: Programa de Consumo y Producción Limpia. Ministerio de Medio Ambiente. 2016.</p> <p>Además de los instrumentos de fomento con los cuales trabaja el comité, se ha logrado incidir en las estrategias de turismo, construcción y energía, las cuales agregan criterios verdes en su formulación, dando origen a (Ministerio de Medio Ambiente, 2016):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda de Producción Limpia 2015-2018. Consejo de Producción Limpia. • Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable 2014-2018. • Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. • Plan de Acción de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas del Estado 2014-2018. • Estrategia Nacional de Construcción Sustentable al 2020. • Estrategia Nacional de Energía 2012-2013. Energía para el Futuro. <p>Dado su foco de trabajo, es pertinente que sea miembro de la red de economía social.</p>										
ProChile	Contribuye al fomento del comercio justo con el Programa de Agricultura Familiar Campesina, incorporándolo entre una de las vías de comercialización de los productos hacia otros mercados. Este se gracias a que es una de las líneas presupuestarias de ProChile.										
Universidad Autónoma	Posee un diplomado de comercio justo, que apunta a mejorar conocimiento de pequeños productores para la gestión.										
CONADI	Posee el Fondo de Desarrollo Indígena, con el cual apoya a pequeños productores que provengan de alguna etnia. Esto permite rescatar además el patrimonio ancestral de los diversos grupos indígenas de Chile.										

Ministerio de Energía	Con el apoyo de CORFO y el BID busca generar instrumentos de apoyo hacia comunidades indígenas. Aunque la División de Participación y Dialogo Social es reciente, a través de la línea de Promoción de Desarrollo Local, buscan generar acuerdos de impacto-beneficio, promover el desarrollo de capital humano y desarrollo de proyectos de generación asociativa.
FOSIS	Tiene a disposición diversos instrumentos, sin embargo existe uno que apoya emprendimientos en comunidad, focalizando su trabajo con diversas agrupaciones, promoviendo la Asociatividad. Visualizan a sus beneficiarios las ventajas de vincularse con la economía social a través de cooperativas o Asociatividad en general. Si bien el fomento del comercio justo no es una estrategia de FOSIS, a través de las capacitaciones se promueve el modelo.
SERNAM	Posee entre sus instrumentos el programa “Mujer, Asociatividad y emprendimiento”, el cual se ejecuta gracias a Escuelas Regionales de Emprendimiento. Ya que busca empoderar a la mujer para su desarrollo, promueve la Asociatividad pero no los formaliza. La vinculación con otros servicios públicos dependerá de las direcciones regionales.
SERCOTEC	Es la única institución con un programa de fortalecimiento gremial y cooperativo. Desde el 2006, en alianza con CORFO, crean dicho programa para entregar recursos para potenciar este nicho.
Chile Compra	Fomenta las compras económica, ambiental y socialmente responsables, difundiendo con vendedores y compradores, directivas que orientan la incorporación de criterios sustentables en licitaciones. En esta línea cuenta con 3 directivas fundamentales para ello, y pertinentes para fomentar la economía social y el comercio justo desde las compras públicas: -Directiva N°25: Recomendaciones para la contratación de bienes y servicios incorporando criterios ambientales. -Directiva N°20: Enfoque de género en materia de compras públicas. -Directiva N°17: Contrataciones públicas inclusivas que promuevan la igualdad de oportunidades en el mercado público. -Directiva N°13: Instrucciones para realizar Contrataciones Sustentables en el mercado público chileno. -Directiva N°9: Instrucciones para la contratación de bienes y servicios incorporando criterios de Eficiencia Energética. Hoy se trabaja en definir qué es comprar bien, para generar nuevas directivas en dicho ámbito.
FIA	Posee un programa de apoyo a cooperativas, para generar innovación en su gestión, además de otros concursos donde también pueden participar. Además poseen un programa IMA, cuyo objetivo es generar innovación en marketing alimentario, para apoyar a pequeños productores.

Fuente: elaboración propia.

En general, estas herramientas de gestión pública reúnen criterios de equidad social y estrategias para enfrentar los impactos ambientales que pueden surgir hacia el 2022. Al mismo tiempo permiten vislumbrar cambios en las políticas públicas que podrían mejorar el desarrollo de la ESS y el comercio justo, en la búsqueda de un país más equitativo y que tienda a un desarrollo económico y social sostenible (Biggs, 2016)

Los avances en materia de gestión y legislación ha requerido el trabajo colaborativo de la red de economía social en Chile, y sin duda la vinculación entre los actores permitirá mejorar el rol del Estado para resolver fallas a través de la política pública, sin embargo en el caso concreto de las expresiones de la economía social que requieren certificación, internacional por lo demás, representa una acción privada sobre la cual no tienen injerencia.

3. Actores y espacios de participación

Como se puede ver en la red de relaciones agregada, son varios los tipos de actores que debiesen participar de la formulación de una política de fomento al Comercio Justo en Chile, al alero de lo que promueven organizaciones internacionales como la WFTO.

Ilustración N°2. Actores en la Red de Comercio Justo



Fuente: “Identificación y Caracterización del Sector Comercio Justo y Consumo Responsable”. Proqualitas. Santiago 2015.

De forma desagregada se puede apreciar en la siguiente tabla, los actores que conformarían la red en torno al comercio justo en Chile.

Tabla N°8. Actores miembros de las Redes de Fomento.

Red	Actores
Red Pública de Fomento.	Ministerios y Servicios Públicos.
Consejo Consultivo Público-Privado.	Cooperativas. Asociaciones Gremiales (AG). Empresas Sociales (Comercio Justo, Sistema B, otras).
Red de Mujeres Líderes para la Economía Social.	Mujeres socias/directivas/trabajadoras de Cooperativas, Asociaciones Gremiales y Empresas Sociales.
Coordinadoras	Coordinadora Nacional y CLAC.

Fuente: Plan de Acción al 2018 de DAES.

Entre las AG destaca la AG por el Comercio Justo, la cual busca representar a todas las empresas del sector independientes de su sello o sistema de acreditación. Su trabajo es apoyado actualmente por la Universidad de Talca, sin embargo desde su constitución no ha sido un actor muy activo en el fomento al comercio justo. (AG de Comercio Justo, 2016).

Por otra parte se encuentra CLAC, Coordinadora Latinoamericana que trabaja con pequeñas productoras y trabajadores del comercio justo en los distintos países miembros. Se relaciona con Organizaciones de Pequeños Productores (OPP) y Asociaciones de Trabajadores (AT) del sistema FLO Fairtrade International de cada país a través de coordinadoras nacionales, compuesta por OPP y AT de diferentes sectores.

Actualmente la Coordinadora Nacional de Chile se encuentra en Curicó y su representante ante CLAC es Raúl Navarrete Jara (CLAC, 2016).

Sobre la Red Pública de Fomento, tienen como objetivo “Incidir en las políticas públicas, creando instrumentos de fomento y programas asociativos entre los distintos servicios públicos del país, con un objetivo específico, cuál es impulsar el desarrollo y consolidación de las empresas y entidades de la Economía Social”.

Ilustración N°3. Logotipo Red de Fomento a la Economía Social



Fuente: “Identificación y Caracterización del Sector Comercio Justo y Consumo Responsable”. Proqualitas. Santiago 2015.

Está compuesta con 24 representantes pertenecientes a (Consejo Consultivo Público Privado, 2015):

- INDAP
- FOSIS
- Ministerio Vivienda y Urbanismo
- SERNAM
- SENCE
- Subsecretaría de Pesca y Acuicultura
- CORFO
- Subsecretaría de Turismo
- SERNAC
- Ministerio de Energía
- FIA
- SERCOTEC
- PROCHILE
- Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo
- SENAMA
- CONADI
- Ministerio de Desarrollo Social
- SENADIS
- Dirección de Obras Hidráulicas
- Ministerio de Educación
- Chile Compra
- Banco Estado
- Banco Estado Microempresa
- Ministerio del Trabajo y Previsión Social

Otras Redes:

- SURES. Red de pequeños productores del sur, que trabajan en comercio justo, del sector artesanías y productos agrícolas. Creada el 2006, tiene miembros de la VIII y la IX región.

Ilustración N°4. Logotipo Red SURES



Fuente: Blog Red SURES. 2016.

- Plataforma de Comercio Justo Chile. Plataforma independiente que busca difundir el comercio justo incidiendo en políticas públicas, sensibilizando y movilizándolo a la población.

Ilustración N°5. Logotipo Plataforma de Comercio Justo Chile.



Fuente: Plataforma Independiente de Comercio Justo. 2016.

- Plataforma de Comercio Justo WFTO Chile. Constituida el 2015. Es integrada por empresas certificadas bajo el Sello WFTO. Actualmente en etapa de formulación de un Plan de Acción para posicionar el comercio justo en Chile.

En esta identificación de actores, se pudo notar que no todas las redes son representadas ante el Estado, como por ejemplo la CNCJ. Por este motivo actualmente la AGCJ busca reunir a todos los actores vinculados al sector para ser un actor de peso ante el Estado.

Todas estas redes participan en diversas instancias para promocionar el comercio justo, buscar financiamiento y finalmente generar apoyo a productores en la búsqueda de una cadena productiva más justa en cuanto a la distribución de riqueza que genera el negocio.

Algunos espacios de participación que da origen a la interacción entre los actores en la red son:

- Reuniones de Coordinación
- Seminarios
- Charlas-Talleres
- Participación Nacional
- Participación Regional
- Investigaciones realizadas

En dichos espacios usualmente se desarrollan:

- Asesorías
- Capacitaciones
- Investigaciones
- Formulación de estrategias de fomento
- Coordinaciones para la implementación de estrategias de fomento.

A pesar de que se han generado las instancias para hablar sobre el desarrollo de la economía social, se creo que aún falta por hacer, sobre todo generar instancias que resuelvan necesidades concretas del sector. Por ejemplo, en el caso de los pequeños productores, FIA considera que existe gran dispersión de la oferta agrícola, lo que impide la organización para enfrentar de manera conjunta el desafío asociado al mercado. Por otra parte existe un cambio generacional, que dificulta la innovación en el sector agrícola porque hay carencia de mano de obra y en promedio quienes trabajan en el sector tienen entre 65-75 años. Por otra parte se debe apoyar la transición hacia un enfoque empresarial. En el caso cooperativo, un ejemplo concreto es que la contabilidad cooperativa no es conocida, por lo que se pierden muchos beneficios. Estos y otros aspectos débiles de la economía social, deben ser visualizados para perfeccionar la política pública.

III. CAPITULO III MEJORES PRÁCTICAS EN PAISES MIEMBROS DE CLAC

CLAC, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo, es una “Red que aglutina y representa a las organizaciones de pequeños productores y asociaciones de trabajadores del sistema Fairtrade International, así como otras organizaciones de pequeños productores de comercio justo del continente” (CLAC, 2016).

Los valores que motivan su trabajo son la equidad, solidaridad, respeto, democracia, participación, transparencia y compromiso con el medio ambiente, por lo que establecen sus ejes de trabajo de la siguiente manera (CLAC, 2016):

- Fortalecimiento organizacional y operativo de CLAC.
- Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios.
- Fortalecimiento y desarrollo de nuestras organizaciones miembro.
- Crecimiento y vinculación con mercados existentes y nuevos.
- Incidencia.
- Ejes transversales (enfoque de género, cambio climático, trabajo infantil, sostenibilidad ambiental)

Para conocer mejor el esquema de trabajo de CLAC se realizaron dos entrevistas a miembros de la coordinadora. Marco Coscione, Coordinador de Gestión de Recursos e Incidencia, y Andrea Fuentes, Coordinadora Regional del Caribe.

De acuerdo a lo señalado por Andrea, y como se observa en el sitio oficial de CLAC, la coordinadora trabaja con países miembros a través de Coordinadoras Nacionales. Estas a su vez reúnen miembros de Organizaciones de Pequeños Productores, lo cual da la posibilidad de que se generen Organizaciones de Trabajadores que otorguen mayor empoderamiento para participar activamente en la toma de decisiones.

CLAC se vincula con WFTO ya que este es un miembro de la coordinadora. De esta manera la CLAC puede apoyar también el trabajo de pequeños productores con sello WFTO. Cabe destacar que la asistencia que presta la coordinadora está totalmente enfocada a pequeños productores agrupados, no trabajando ni con empresas de mayor tamaño, ni con consumidores ni tiendas de comercialización especializadas.

Respecto a la gestión de CLAC, existen coordinadores por regiones que facilitan la vinculación con los productores del sector para trabajar en cada uno de los ejes establecidos, sobre todo para el fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones miembros.

Cabe destacar de la entrevista a Andrea que no todos los países miembros de CLAC cuentan con productos terminados en su oferta país, como es el caso de Chile, por lo cual el trabajo es diferente de acuerdo a sus características en cuanto a desarrollo de mercados (Fuentes, 2016).

1. Incidencia en Políticas Públicas

A través de preguntas abiertas realizadas en entrevista a Marco Coscione se pudo caracterizar el ¿Cómo CLAC incide en las Políticas Públicas en países miembros de la coordinadora? De acuerdo a lo señalado por Marco la incidencia en políticas públicas se realiza desde las coordinadoras nacionales. Estas existen en todos los países donde está presente CLAC y su avance depende de los ritmos de cada coordinadora y de cada país.

Hay algunas coordinadoras más fortalecidas en incidencia en políticas públicas como Ecuador (con la Estrategia Nacional de Comercio Justo), México (con la Política de Agricultura Orgánica), Costa Rica (con la Agricultura Familiar desde el 2014). En ellas las coordinadoras han podido participar en la formulación de la política pública, pero no es su rol fundamental.

Para aumentar la participación en la formulación de políticas públicas falta cultura de trabajo en política pública, falta formación y capacitación y dar a entender que las coordinadoras lo pueden hacer con aliados, redes de colaboración, por ello surgen las campañas como Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo y Ciudades por el Comercio Justo.

En el caso de Chile hay 3 plataformas reconocidas:

- Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Chile.
- Plataforma de organizaciones de artesanos (WFTO, muy heterogénea).
- Asociación Chilena de Comercio Justo. (El problema es que no son los productores quienes la lideran, lo cual no facilita el encuentro entre CLAC y los productores)

Concretamente falta reflexionar y ver cómo construir una política de incidencia nacional con la coordinadora nacional de Chile, la cual sería apoyada por CLAC para que puedan participar en las mesas público-privadas.

A nivel regional, hay integraciones regionales donde se puede hacer incidencia, pero a ese nivel no se realiza mucho trabajo por parte de CLAC.

CLAC es la instancia llamada a hacer el trabajo de propuestas al Fair Trade, consultas a los productores, etc. Es un sistema privado que trabaja con los estándares del Fair Trade International, cuya certificación está a cargo de FLOCert.

Desde CLAC cuando se habla de incidencia se privilegian 5 estrategias:

- Políticas diferenciadas para la agricultura a pequeña escala.
Esta depende de la situación de países con los cuales se trabaja, se puede incidir sobre impuestos, programas específicos para pequeños productores, facilitaciones de exportaciones, etc.
- Concientización ciudadana y sensibilización.

La principal herramienta para llevar a cabo esta estrategia son las campañas, como Universidades por el Comercio Justo y Ciudades por el Comercio Justo.

- Cambio Climático.
CLAC cree que todos los eslabones de la cadena productiva deben asumir los riesgos del cambio climático, los cuales hoy son solo asumidos por los pequeños productores. La incidencia consiste en que desde el sector público y privado se tomen medidas para apoyar la agricultura a pequeña escala. Trabajar sobre la mitigación y cambiar políticas dentro de las cadenas comerciales.
- Desigualdad y pobreza. Enfrentar la desigualdad, de la cual se hace cargo el CJ entre países y dentro de países. Se busca contribuir a la generación de ingresos dignos y cambio en patrones productivos y de consumo para generar menos desigualdad.
- Gestión Interna. Enfrentar debilidades a nivel interno de las coordinadoras.

Respecto a Chile, Marco destaca el trabajo de PROCHILE e INDAP. En la institucionalidad chilena se ha avanzado en los últimos años, pero falta mucho por crear, aún cuando existe potencial y la sociedad chilena está lista para dar el paso hacia una economía más solidaria, lo cual en otros países es más complicado por el contexto político que se vive actualmente (Coscione, 2016).

Si bien hay una clara división del trabajo a nivel mundial, donde el sur sigue dependiendo de la estructura típica del comercio internacional, en la cual el sur produce y el norte consume, se debe sensibilizar a la población para que esto cambie a través de pago de precios justos.

Respecto a los países miembros de CLAC, en términos de avances en Políticas Públicas los más avanzados son (Coscione, 2016):

- Brasil, 1° y único sistema de comercio justo.
- Ecuador, trabaja bastante bien el comercio justo.
- Guatemala solo tiene una comisión interinstitucional pero no está funcionando ni han aplicado su plan estratégico.
- Chile, hay varios programas e instituciones que apoyan el comercio justo.
- Costa Rica, hay varios tipos de apoyo pero no se habla concretamente de comercio justo. Hay en discusión una ley de ESS.

2. Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo (ULCJ)

Respecto a la campaña ULCJ, se busca sensibilizar e incidir en la población en torno a la importancia de establecer vínculos de comercio justo y consumo responsable en nuestras sociedades latinoamericanas y caribeñas.

Marco señala que es una oportunidad de vinculación directa con las organizaciones de pequeños productores para entender esta forma de trabajo, los valores que hay detrás de la economía social y el por qué es importante cambiar los patrones de consumo.

Desde la academia se pueden internacionalizar experiencias en torno al comercio justo y participar de manera activa en el fomento de este (Coscione, 2016).

Hasta el momento solo 6 países miembros de CLAC cuentan con universidades miembros de la campaña como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla N°9. Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo.

País	Universidad
México	UPH
Chile	Autónoma de Chile en Talca
Colombia	Uniminuto, Universidad Cooperativa de Colombia, UniNorte, UniValle. Sede Norte del Cauca
Brasil	Universidad Federal de Lavras UFLA
Ecuador	UTE
Costa Rica	UTN, CATIE

Fuente: Universidades Latinoamericanas por el Comercio justo. 2016.

Elas cumplen con mínimo uno de los siguientes requisitos (ULCJ, 2016):

- Aprueban una declaración institucional de apoyo al comercio justo (y la campaña) y suscribe un convenio.
- Cuentan con un grupo de trabajo sobre el comercio justo y apoya diferentes iniciativas sobre comercio justo y consumo responsable.
- Han adoptado una nueva política de adquisiciones y suministros.
- Realizan al menos una investigación o publicación al año sobre Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Responsable.
- Tienen al menos un curso académico al año.

Coincidentemente los países con Universidades por el Comercio Justo son las más avanzadas en términos de política pública de acuerdo a lo señalado por Marco, de lo cual se podría inferir que la vinculación con el medio académico contribuye de manera importante al fomento del sector, al generar investigación, concientizar a la población en etapa de formación profesional y aumentar el número de consumidores responsables, y contar con mayor probabilidad de practicantes en empresas que trabajan bajo el esquema.

3. Red de Colaboración en países avanzados miembros de CLAC

Con el objetivo de identificar mejores prácticas en países miembros de CLAC que puedan ser consideradas como ejemplos en la gestión pública de Chile, se ha realizado una extensa revisión de Planes Estratégicos de Fomento para levantar información respecto a actores activos del sector y como abordan en ellos criterios con los cuales trabaja el comercio justo. En la siguiente tabla se listan los planes y estrategias que poseen algunos de los países pertenecientes a CLAC.

Tabla N°10. Planes y Estrategias de Fomento al Comercio Justo.

Comercio Justo en países CLAC	Planes Estratégicos de fomento
Ecuador	Posee una Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Cuenta con una Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo al 2017 liderada por el Ministerio de Comercio Exterior.
Costa Rica	Tienen avances y logros en cuanto a la construcción de la política pública nacional de Economía Social y Solidaria, pero el proyecto de Ley aún no está aprobado.
El Salvador	Han trabajado un Proyecto de Ley de Soberanía Alimentaria participativo, que aún no ha sido aprobado.
Guatemala	Cuentan con un Plan Estratégico Fomento al Comercio Justo al 2013, que no ha tenido muchos avances en su implementación. Deben actualizar la política.
Brasil	Marco legislativo claro, escasa politización de actores en políticas públicas. Cuentan con un Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SNCJS), que actualmente presenta dificultades de implementación por la situación actual país.
Uruguay	La Coordinadora Nacional de Economía Solidaria trabaja en la promoción de una Ley de Economía Solidaria en Uruguay.
República Dominicana	Poseen una Estrategia Nacional de Desarrollo (END) hacia el 2030.
Colombia	Cuenta con una Ley de Economía Solidaria que da origen a CONES, quien coordina la Política de desarrollo empresarial para el sector de la economía solidaria.
Chile	En construcción una propuesta de ley de ESS. Se trabajó en ella entre el 2014-2015 pero quedó sin efecto, y se ha comenzado este año a crear una nueva propuesta de Ley más simplificada.

Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes secundarias oficiales de ministerios de países estudiados.

En cuanto a actores e influencia sobre la formulación de estrategias de fomento, destacan los siguientes por cada país:

Tabla N°11. Participación en Planes Estratégicos de Fomento.

Comercio Justo en países CLAC	Participantes
Ecuador	Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias y Superintendencia de Economía Solidaria, Ministerio de Inclusión Económica y Social y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Riobamba y Quito son ciudades por el Comercio Justo.
Costa Rica	Red de Economía Social y Solidaria de Costa Rica. Cuenta además con Ciudades por el Comercio Justo.
Argentina	Red Argentina de Comercio Justo
Colombia	Municipios adoptan Política de Economía Solidaria para impulsar el Comercio Justo a nivel local.
Chile	DAES. Coordinadora Nacional de Chile. Plataforma de Comercio Justo. AG CJ.
Brasil	Coordinadora Nacional de Pequeños Productores Fairtrade. SEBRAE, Secretaría de Agricultura Familiar del Ministerio de Desarrollo Agrario y CONAB. Boa Esperanza es ciudad por el Comercio Justo.
Belice	Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar, Asociación de Productores de Cacao de Toledo
Uruguay	Asociación Civil Comercio Justo Uruguay. Coordinadora Nacional de Economía Solidaria

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se analizan las variables determinadas por cada categoría definida a partir de las entrevistas realizadas a los miembros de CLAC. El análisis comparado se realiza con Ecuador y Brasil, países más avanzados en gestión pública para apoyar la economía social.

Tabla N°12. Fomento al Comercio Justo Brasil.

Categoría	Variable	Brasil
Redes	Privados	Existe un Foro Brasileño de Economía Solidaria que agrupa a emprendedores económicos solidarios. Además existen promotores de la sociedad civil y gestores públicos cuya acción es importante para el CJ. CNCJ.
	Sociedad	-
	Públicos	Existe colaboración entre ministerios de Desarrollo Agrario, Educación, Desarrollo Social y Combate al Hambre, Trabajo y Empleo, y SENAES. Además existe una Secretaría de Agricultura Familiar del Ministerio de Desarrollo Agrario. A nivel local existe fuerte coordinación con Ayuntamientos Municipales y Estados Federales.
	Academia	UFLA miembro de ULCJ. Adicionalmente existe Unitrabalho, red de 80 universidades que asumieron el compromiso de participar en la formación de los emprendimientos de la Ecosol, en particular a través de incubadoras.
Participación	Con el Estado	A través del Consejo Nacional de Economía Solidaria (CNES) como órgano consultivo y propositivo.
	Gobierno Regional	Trabajo coordinado con Municipalidades.
Contexto país	Estabilidad	En los últimos años enfrenta crisis política que resta estabilidad al país.
	Apoyo	Cuentan con un Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, único en el mundo, que coordina la colaboración entre distintos organismos públicos.
Visión	Pública	La ES es una vía para resolver la desocupación más que como una opción estructural. Existe dificultad para lograr una ley de economía solidaria, no se reconoce como vía permanente de desarrollo alternativo.
	Privada	Las políticas públicas son un instrumento de apoyo, ampliación y encadenamiento de los emprendimientos de este sector.
	Local	La ES es asistencialismo de corto plazo.
Institucionalidad	Nacional	Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario
Problema	Nacional	Grave problema de la redistribución inequitativa de la tierra agraria.

Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes.

Tabla N°13. Fomento al Comercio Justo Ecuador.

Categoría	Variable	Ecuador
Redes	Privados	Reconoce a Unidades Económicas Populares (UEP) en la Constitución. De manera agrupada son un actor de peso frente a la acción pública. Existe gran interacción entre productores y consumidores. Existe la CECJ y un Consorcio Ecuatoriano de CJ. A nivel local se trabaja bastante con la Agencia CONQUITO y el Consorcio Ecuatoriano de Comercio Justo.
	Sociedad	Sus organizaciones de base y líderes comunitarios hacen aportes permanentes a una comprensión más integral del Comercio Justo. Existe una Asamblea Cantonal, un Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo que son actores activos del sector.
	Públicos	Trabajo coordinado entre Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. A nivel local se trabaja con el Municipio de Quito y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba y Pichincha. Ambos representantes de 2 ciudades por el comercio justo del país.
	Academia	UTE perteneciente a ULCJ y otras universidades (PUCE por ejemplo) se vinculan a través de la investigación. UIDE. ESPOCH y U. de Guayaquil.
Participación	Con el Estado	Participación activa a través de consejos consultivos.
	Con Gobierno Regional	Trabajo coordinado con Gobiernos locales, sobre todo con Quito y Riobamba, ciudades por el comercio justo.
Contexto país	Estabilidad	Ha logrado ser uno de los países más estable de la región, en cuanto a lo político y económico.
	Apoyo	A través de la Agenda de CJ se declara a nivel país la voluntad del gobierno para construir nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad, y mejorar la calidad de vida de los pequeños productores, artesanos y trabajadores dando sustentabilidad a los emprendimientos de Comercio Justo.

Visión	Pública	Se reconocen las formas de la economía popular solidaria y anuncia la creación de mecanismos de participación para la definición de las políticas públicas, aunque hasta el 2014 no se lograba avanzar sustancialmente, por la resistencia de las instituciones anteriores (burocracia estatal, cultura política de las organizaciones sociales y de la ciudadanía en general).
	Privada	-
	Local	Existe un mandato municipal respecto al rol municipal relacionado al apoyo que deben prestar para fortalecer la economía social a nivel local.
Institucionalidad	Nacional	Se creó el Instituto de Economía Popular Solidaria (IEPS) dentro del Ministerio de Inclusión Social (MIES). El 2011 fue promulgada la ley de Economía Popular y Solidaria y el Plan Nacional del “Buen Vivir”. La Ley de Economía Popular y Solidaria es posiblemente el instrumento específico de institucionalización jurídica de la economía social y solidaria más desarrollado de la región. Para facilitar el acceso a recursos productivos no privatiza el agua e incorporan derechos de la naturaleza por primera vez en la historia legislativa que conocemos. Fortalece el desarrollo rural a través de la implementación de sistemas de producción que permiten la conservación del suelo, mantienen la biodiversidad y, rescata y articula los conocimientos tradicionales y científicos de diferentes generaciones a través del diálogo de saberes. Cuentan con una Agenda Ecuatoriana de CJ.
Problema	Nacional	Falta mayor desarrollo cultural, económico, político.
Financiamiento	Nacional	Surgen nuevas instituciones que garantizan la afluencia de fondos al sistema de finanzas solidarias, así como de fondos de liquidez y de seguro de los depósitos, lo que lo convierte en un efectivo competidor del sistema bancario en la captación de ahorros y da lugar a un espacio de regulación de la proliferación de iniciativas de microcrédito en el país

Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes.

Tabla N°14. Fomento al Comercio Justo Chile.

Categoría	Variable	Chile
Redes	Privados	Los actores más relevantes en el comercio justo son la AG. CJ, Plataformas de CJ y CNCJ.
	Sociedad	Agrupaciones de Consumidores Responsables. No tienen un rol muy activo en la esfera pública.
	Públicos	Existe una Red Fomento de Economía Social.
	Academia	U. Autónoma. Talca. Única universidad perteneciente al movimiento ULCJ. Existen otras universidades (UDP, U. de Chile, U. Federico Santa María, por mencionar algunas) que si realizan actividades individualmente para promover la economía social.
Participación	Con el Estado	A través del Consejo Consultivo Público Privado.
	Con Gobierno Regional	Se busca apoyo financiero para la difusión con GORE's. No existe vinculación a nivel municipal.
Contexto país	Estabilidad	Estabilidad macroeconómica, pero no política en el último año debido al periodo de reformas que enfrenta el país.
	Apoyo	El actual gobierno apoya la economía social y se han establecido ejes estratégicos de apoyo en la Agenda de Productividad 2014-2018.
Visión	Pública	Se fomenta la economía social con foco en las cooperativas y asociaciones gremiales. Respecto al comercio justo en particular es reconocido como modelo de economía social, pero es más bien una certificación liderada por privados.
	Privada	No son muchas las empresas del sector comercio justo, pero si vinculadas a la economía social (cooperativas, empresas B, banca ética, etc.) en etapa temprana de masificación.
	Local	Es desconocido a nivel de gobierno local.
Institucionalidad	Nacional	La División de Asociatividad y Economía Social lidera el fomento del sector.
Problema	Nacional	Grave inequidad en la distribución de la riqueza y necesidad de empoderamiento de la mujer.
Financiamiento	Nacional	Existen programas de micro crédito que han incorporado en sus beneficiarios objetivos cooperativas productivas.

Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes.

En términos generales existe un reconocimiento social y político de la economía social, lo cual da origen a nuevas formas de institucionalizarla a nivel latinoamericano (Coraggio, 2014), sin embargo no implica que exista un solo camino posible, lo cual se observa en el matiz de prácticas que se han presentado en las matrices anteriores.

En Brasil por ejemplo, Coraggio señala que la economía social y sus diversas expresiones son elementos considerados en estrategias de desarrollo social y productivo, que buscan reinsertar sectores excluidos con los años al modelo económico. Ya que la gestión pública brasileña se centra en mejorar los indicadores de crecimiento económico y distribución más igualitaria de la riqueza, la economía social se aborda desde el punto de vista estratégico.

En Ecuador, a diferencia de Brasil, los recientes procesos constituyentes incorporan la economía social como parte central de una ruptura institucional, enmarcada en una propuesta de cambio en el régimen social de acumulación. La economía social forma parte de una propuesta de mayor alcance asociado al proceso de modernización incompleta del país y a la pretensión de uniformar la producción país. Para ello hay un reconocimiento de las diversas formas de organización económica y se propone institucionalizarlas como propia de una economía plural, reconociéndola jurídicamente. En este caso existe una voluntad política expresa de transformación importante del sistema económico, reorientándolo hacia la resolución de las necesidades de todos. Con este proceso se busca cambiar de sistema civilizador, desplazando los valores económicos propios de la modernidad a favor de la cosmovisión de los pueblos originarios asociada al “Buen Vivir” (Coraggio, 2014). El fomento del comercio justo y la economía social apuntan hacia un cambio estructural del país, que aporte valóricamente a la formación de la sociedad.

Por otra parte, en Chile, la visión es similar a Brasil, la economía social y sus distintas expresiones son un aporte al alcance de una economía que genere desarrollo productivo, de la mano con un desarrollo social y disminución del impacto ambiental de la actividad productiva. Por ello promueve en gran medida la innovación en los procesos productivos y de gestión para ganar eficiencia, lo cual se refleja en gran medida en los tipos de instrumentos de fomento que poseen los miembros de la red pública de fomento a la economía social.

Finalmente, se puede notar que para que se pueda dar sentido a la economía social y se induzca la voluntad política para fomentar el sector, es fundamental que los actores constituyan fuerzas sociales a través de la Asociatividad. (Coraggio, 2014). La colaboración es una fuerza impulsora que permite llevar a la agenda pública las necesidades reales de los actores involucrados con la economía social, por lo cual la participación en instancias de investigación es fundamental para perfeccionar la toma de decisiones desde la esfera pública.

IV. CAPITULO IV ANALISIS DE REDES EN TORNO AL FOMENTO DEL COMERCIO JUSTO EN CHILE

El uso de la metodología análisis de redes políticas no es frecuente para el estudio del sector público, sin embargo constituye una herramienta con potencial para mejorar el proceso de formulación e implementación de políticas públicas, y con ello perfeccionar la gestión pública.

A continuación se presentan los resultados del análisis realizado en el espacio de fomento a la economía social en Chile durante el último año.

1. Descripción de la muestra

Particularmente para el estudio, se ha considerado como universo todos los actores de la Red de Fomento de Economía Social con roles de fomento en cuanto al sector público. Dicha red está compuesta por 24 miembros, de los cuales 10 fueron contactados para la aplicación del instrumento para el análisis de redes.

Además se aplicó el instrumento de redes a un representante de la academia vinculado al comercio justo a través de la campaña Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo que lidera CLAC, específicamente la Universidad Autónoma, y 4 agrupaciones representantes de productores por el comercio justo, 1 plataforma de comercio justo en Chile, 1 organización latinoamericana (CLAC), y 2 agrupaciones chilenas. Estas últimas se vinculan al comercio justo en Chile y representan la visión tanto de pequeños productores como de empresas de mayor tamaño que trabajan bajo el esquema del Comercio Justo.

En la siguiente tabla se describe el rol de cada organización respecto al fomento de la economía social, de acuerdo a lo señalado durante la aplicación de instrumento de redes.

Tabla N°15. Rol de las Unidades de Estudio.

Actores	Rol
U. Autónoma	La reciente incorporación de la universidad a la campaña ULCJ liderada por CLAC, tiene como objetivo generar difusión, sensibilización, incorporar concepto del comercio justo en futuros profesionales como ciudadanos conscientes y fomentar las compras verdes en la universidad. Para esto son fundamentales las redes de colaboración para lograr financiamiento de capacitaciones a pequeños productores y de campañas que permitan sociabilizar el comercio justo con la comunidad.
Coordinadora Nacional de Comercio Justo	La CNCJ busca influir en instancias de formación para que exista aceptación de una visión diferente del comercio internacional y del libre mercado. Si el mercado reconoce los principios del modelo de comercio justo, estos podrán ser validados por el medio. Por otra parte se

	<p>busca promover la Asociatividad entre productores menos favorecidos, que les permita acceder a mejores opciones de comercialización y con ello satisfacer necesidades básicas y contribuir al desarrollo de sus familias. Ya que agrupa a diversas organizaciones de pequeños productores, busca acceder al consejo consultivo público-privado de la economía social para generar incidencia a partir de las necesidades que tienen los pequeños productores asociados a la coordinadora. Por otra parte esperan ser una organización reconocida por la sociedad civil, vinculándose con ellos a través de campañas de difusión principalmente con universidades para sociabilizar el modelo y su contribución a disminución de la inequidad existente en el país.</p>
Asociación Gremial de Comercio Justo	<p>La AGCJ busca disminuir la brecha de conocimiento del comercio justo que existe en Chile y en el Estado, destacando su contribución al aumento de equidad en el país. Busca difundir el comercio justo y contribuir a la generación de políticas de fomento para desarrollar un mercado nacional y hacer crecer la categoría proporcionando información de las fallas del sector, para que el Estado apoye el desarrollo del comercio justo generando políticas que eliminen posibles fallas del mercado. Actualmente el objetivo es unificar las redes de comercio justo en Chile, para ser un actor de peso y representativo ante el Estado.</p>
Plataformas	<p>Las plataformas de comercio justo buscan contribuir al desarrollo del sector, colaborando con la transformación de la realidad social promoviendo relaciones comerciales justas, la incidencia en las políticas públicas, la sensibilización y movilización de la sociedad junto con la promoción de la Economía Social y el fortalecimiento del sector del Comercio Justo y Consumo Responsable en Chile. Para ello creen que son fundamentales las redes de trabajo que establece con actores públicos y privados para fomentar el sector.</p>
CLAC	<p>Su principal tarea es la promoción del Comercio Justo, sus valores y principios, y contribución hacia el fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones miembro apoyando su crecimiento y vinculación con otros mercados.</p>
CORFO	<p>Para el estudio se ha entrevistado particularmente a la Gerencia Intermediación Financiera, por su focalización en cooperativas. Su rol principal es apoyar a las cooperativas para resolver el problema de financiamiento que enfrenta este modelo de economía social, debido a cómo se aborda la gestión de créditos.</p>

CONADI	A través del Fondo de Desarrollo Indígena (FDI), esperan lograr el desarrollo de los indígenas y sus comunidades, lo que implica que las orientaciones están dirigidas a alcanzar el bienestar como expresión de desarrollo hacia las resignificaciones propias de los pueblos originarios.
DAES	En términos de fomento, la división busca crear instrumentos a partir de la vinculación con otros servicios públicos para el sector de la Economía Social. Las redes de colaboración son fundamentales para integrar a los productores menos favorecidos en la economía. En la actualidad ha focalizado su trabajo en potenciar las cooperativas, asociaciones gremiales y asociaciones en general.
Ministerio de Energía	Principalmente en la red busca apoyar la gestión pública para el fomento de la economía social. Para ello, a través de la División de Participación y Dialogo Social se trabaja en conjunto con otros servicios públicos en la Promoción del Desarrollo Local, Generación de Procesos Participativos y con Pueblos Indígenas, vinculado a proyectos de energía. En relación a la economía social, se promueven proyectos de generación asociativa, desarrollo de capital humano y acuerdos de impacto-beneficio.
FOSIS	Al igual que otros servicios públicos, pone a disposición en la red la oferta pública en lo que respecta a microempresa y emprendimiento en general. Si bien no se focaliza concretamente en el comercio justo, posee herramientas que contribuyen a su fomento a partir de la promoción de la Asociatividad. Aunque no se trabaja con el modelo específico, se promueven los principios de este a través de los ejecutores de programas FOSIS.
SERCOTEC	Apoya a microempresarios entregando subsidios a empresas a través de diversos instrumentos para diferentes perfiles productivos, incluyendo a la economía social a través de programas de fortalecimiento gremial.
CHILECOMPRA	Ya que es una plataforma con acceso a todos los proveedores y compradores del Estado, difunden la economía social a través de directrices que fomentan las compras verdes, compras con enfoque de género y con criterios de sustentabilidad (más con un enfoque social).
SERNAM	Así como otros servicios públicos con instrumentos de fomento, SERNAM promueve la Asociatividad entre las beneficiarias de los diversos instrumentos con los que cuenta, con un claro objetivo: empoderar a la mujer para que desarrollen una actividad productiva con autonomía, develando situaciones de violencia o desnaturalización producidas en diferentes aspectos de la vida. Si bien no constituye misión institucional la formalización de

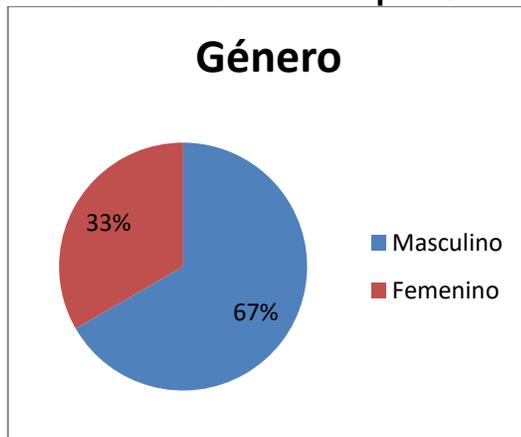
	emprendimientos para aumentar la participación de la mujer, si lo promueven y cuentan con el apoyo de otros servicios públicos para que aquella mujer que desee emprender cuente con el apoyo necesario para ello.
PROCHILE	A través de la ejecución del PAFC, PROCHILE ha incorporado como uno de los potenciales canales de comercialización el comercio justo desde sus inicios. Debido a la falta de conocimiento del modelo, la institución ha debido incorporar lineamientos de fomento productivo para formar a los pequeños productores en relación a la economía social.
INDAP	A través de su gestión, INDAP promueve el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos.

Fuente: elaboración propia.

Como se ha observado en la descripción de roles, son fundamentales las redes de trabajo para fomentar el sector, logrando con ello obtener financiamiento, capacitar a productores, difundir a nivel de consumidores y Estado el comercio justo, e incorporar con ello lineamientos asociados a la economía social en los instrumentos con los que cuentan los servicios públicos actualmente para potenciar el sector.

A continuación se describe la red estudiada. Se puede observar en el gráfico que de los 15 actores que respondieron al instrumento de redes, en un 67% son hombres y 33% mujeres.

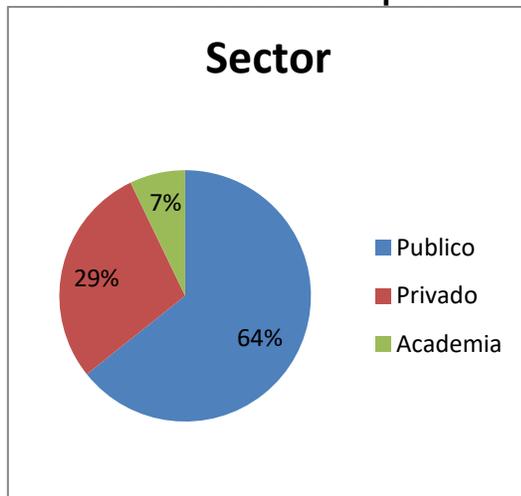
Gráfico N°1. Distribución por Género



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, ya que el objetivo de estudio fue poder caracterizar el fomento del Comercio Justo desde el sector público, de las 15 unidades de estudio participantes del análisis, se observa en el gráfico que en un 64% provienen del sector público, 29% del sector privado y en un 7% de la academia.

Gráfico N°2. Distribución por Sector

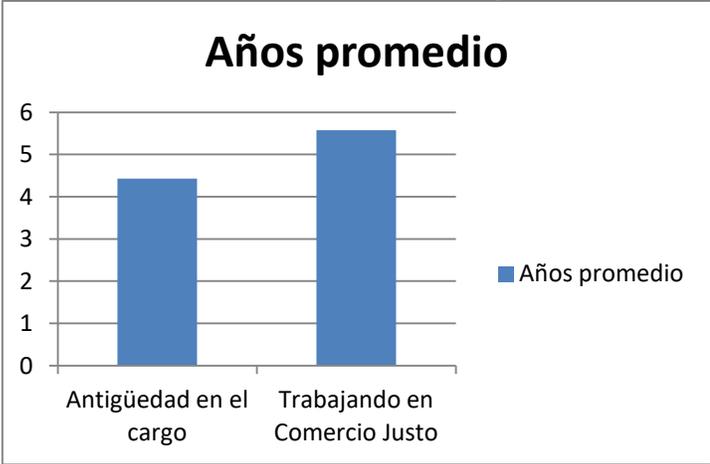


Fuente: elaboración propia.

Si bien la mayoría de las expresiones de la Economía Social, y particularmente el comercio justo, no son objeto de discusión hace muchos años por parte del sector público, se pudo notar que los años promedios de trabajo vinculado sector, y la economía social en general de las unidades de estudio, son mayores a los años promedio de antigüedad en el cargo en el cual se encuentran hoy en día, lo cual se observa en el siguiente gráfico.

Esto hace notar que los modelos de economía social, así como el comercio justo, conviven en el país hace un tiempo, pero sólo recientemente han tenido mayor visibilidad por parte del sector público, exceptuando el modelo cooperativo y las asociaciones gremiales.

Grafico N°3. Años laborales promedio.

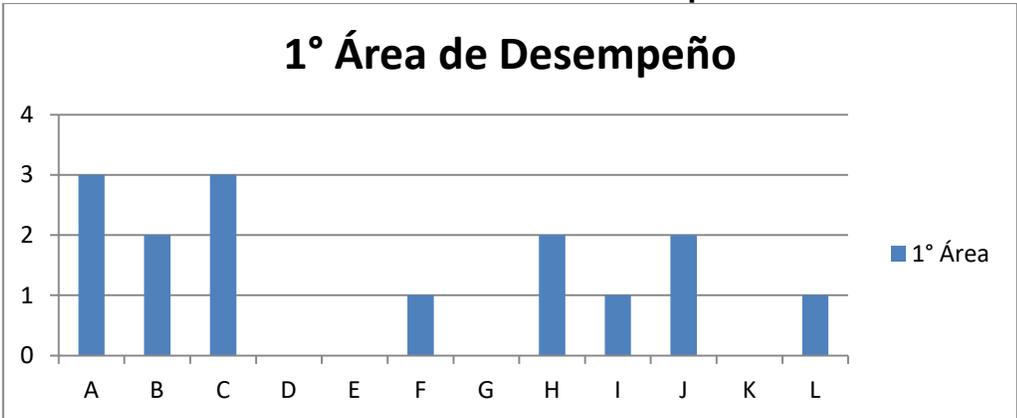


Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente se les preguntó a las unidades de estudio el área en el cual se desempeñan actualmente sus organizaciones, basados en los principios del Comercio Justo, dando la posibilidad de responder hasta 3 opciones.

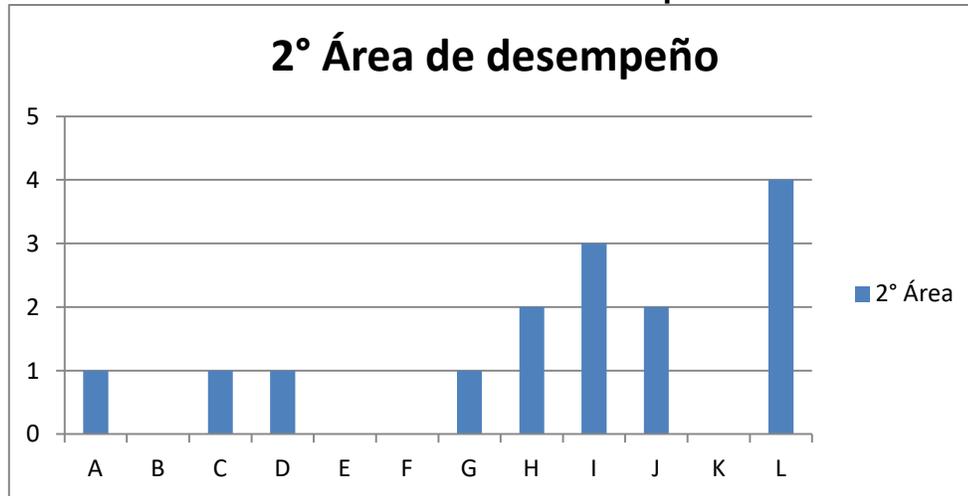
Como se puede ver en el gráfico, en primera opción la mayor parte de las unidades de estudio se focalizan en la "Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos" y el "Fomento de prácticas comerciales sostenibles". En segunda opción, las unidades de estudio declaran focalizar su trabajo además en la "Promoción de prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad". Se puede observar la nomenclatura de los gráficos en el anexo de tablas.

Gráfico N°4. Áreas de Desempeño.



Fuente: elaboración propia.

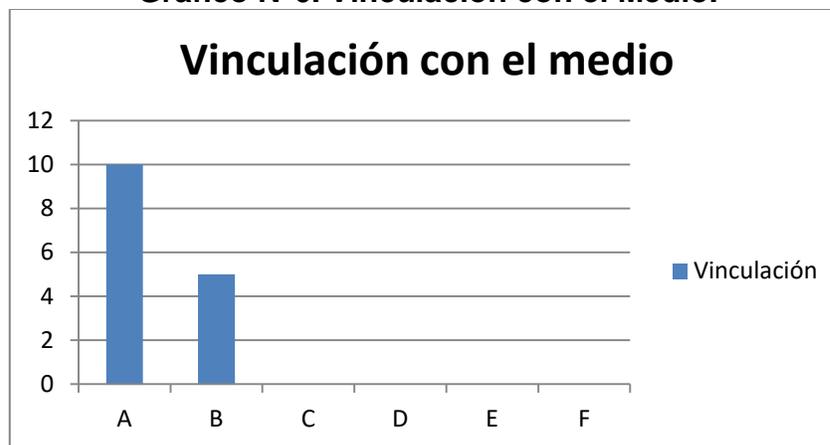
Gráfico N°5. Áreas de Desempeño 2.



Fuente: elaboración propia.

Además, para indagar sobre la importancia de las redes de colaboración entre los diferentes actores vinculados al comercio justo en Chile, se ha preguntado con qué actores se tiene mayor vinculación, dándoles opciones. De acuerdo a estas, 10 de las 15 unidades de estudio han señalado que su principal vinculación se da en primera instancia con empresas, pudiendo ser estas pequeñas, medianas o grandes, dependiendo de la focalización de sus instrumentos, y 5 de las 15 unidades de estudio han señalado que su principal vinculación se da con instituciones públicas a través de mesas de trabajos. Se verá más adelante que, contradictoriamente, la mayor cantidad de interacciones entre los actores ocurre entre el sector público, y no con el sector privado como se señala en la gráfica. Se puede observar la nomenclatura del gráfico en el anexo de tablas.

Gráfico N°6. Vinculación con el Medio.



Fuente: elaboración propia

Finalmente, se pregunta en qué acción se fundamenta la relación que establecen con los actores vinculados al comercio justo y la economía social.

Como se puede ver en los gráficos, la principal motivación es capacitar a los actores con los cuales se vinculan en temáticas relacionadas a la economía social. Profundizando en esta pregunta, tanto los actores del sector público, como del privado y la academia destinan gran parte de sus esfuerzos a esta tarea. Se puede observar la nomenclatura del gráfico en el anexo de tablas.

Gráfico N°7. Actividad realizada.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico N°8. Actividad realizada 2.



Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que en el caso representante de la academia, su principal actuación se asocia a la capacitación ya que es el área de “Capacitación y Programas Especiales” de la Universidad Autónoma, sede Talca, quien lidera el vínculo con la campaña ULCJ de CLAC.

2. Interacciones en la red

A partir de la matriz relacional que se utilizó como instrumento para el análisis de redes, se puede medir, a partir de la contabilidad de frecuencias de interacción, en qué pares de relaciones se concentra la mayor cantidad de éstas. En las columnas se listan quienes han respondido al instrumento, y en las filas los actores señalados por las unidades de estudio.

Como se puede ver en la tabla, al agregar la cantidad de interacciones utilizando el atributo sectorial, se puede notar que la mayor cantidad de vinculaciones se establece entre pares del sector público, acumulando un 42,9% de las interacciones, y en segundo lugar entre el sector privado y el sector público sumando un 15,9%. Más adelante se analizará la motivación que existe para establecer lazos entre estos sectores.

Tabla N°16. Interacciones en la red.

%	Privados	Academia	Públicos a nivel Nacional	Total
Públicos a nivel Regional	3,2%	1,6%	3,2%	7,9%
Academia	7,9%	0,0%	1,6%	9,5%
Privados	4,8%	1,6%	15,9%	22,2%
Públicos a nivel Nacional	15,9%	1,6%	42,9%	60,3%
Total	31,7%	4,8%	63,5%	100%

Fuente: elaboración propia.

Si bien la mayor concentración de interacciones se da entre actores del sector público, por el contrario, se puede advertir una nula declaración de interacciones asociados al fomento del comercio justo entre la academia, es decir los esfuerzos son aislados.

3. Participación en la red a nivel global

A partir de la misma matriz señalada anteriormente, se midió la participación de los actores en diferentes circunstancias señaladas a continuación:

- Reuniones de Coordinación (P1)
- Seminarios (P2)
- Charlas-Talleres (P3)
- Participación Nacional (P4)
- Participación Regional (P5)
- Investigaciones realizadas (P6)

Todas estas teniendo como temática principal el fomento de la economía social en general.

Es claro nuevamente que el sector público, a través de los diferentes servicios miembros de la Red de Fomento de Economía Social, es quien mayor liderazgo posee cuando se trata de socializar el sector en los diferentes espacios de participación analizados, ya que como observa en la tabla N°17, ésta participa en términos generales en el 35,3% de las instancias estudiadas.

Tabla N°17. Actividades de Participación en la red.

%	Privados	Academia	Públicos a nivel Nacional	Total
Públicos a nivel Regional	4,4%	0,6%	2,5%	7,6%
Academia	9,8%	0,0%	1,6%	11,4%
Privados	5,3%	0,6%	18,2%	24,1%
Públicos a nivel Nacional	21,0%	0,6%	35,3%	56,9%
Total	40,6%	1,8%	57,6%	100%

Fuente: elaboración propia.

Cabe destacar que es difícil hablar particularmente de comercio justo con el sector público ya que no existen estrategias de focalización tan especializadas en un modelo particular de economía social, sin embargo se estableció hablar de economía social, sabiendo que el comercio justo es parte de ésta.

A nivel desagregado y por sector nuevamente, en la tabla siguiente en términos porcentuales, se puede observar donde se concentra la mayor cantidad de participación por cada una de las circunstancias planteadas y en negrilla aquellas de mayor densidad.

En cuanto a investigaciones (P6), es el sector público el que posee mayor cantidad de interacciones asociadas al levantamiento de información, concentrando el 55,6% de los estudios realizados en el último año en relación a la economía social.

Solo en seminarios (P2), el sector privado es quien posee la mayor participación declarada concentrando el 29,9% de estas, sin embargo esta se realiza en vinculación con servicios públicos, y el porcentaje de seminarios entre actores de este sector es muy similar (29,1%).

Se verá más adelante cuál o cuáles de los actores del sector público, donde se concentra la participación, es el que posee mayor poder y liderazgo en la red.

Tabla N°18. Participación circunstancial (%)

P1				T
	4,3%	1,9%	2,9%	9,1%
	7,7%	0,0%	1,0%	8,6%
	5,3%	1,9%	18,7%	25,8%
	16,3%	1,9%	38,3%	56,5%
T	33,5%	5,7%	60,8%	100%

P4				T
	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%
	8,3%	0,0%	3,6%	11,9%
	7,1%	0,0%	19,0%	26,2%
	26,2%	0,0%	34,5%	60,7%
T	41,7%	0,0%	58,3%	100%

P2				T
	5,2%	0,0%	0,0%	5,2%
	11,2%	0,0%	1,5%	12,7%
	6,0%	0,0%	17,2%	23,1%
	29,9%	0,0%	29,1%	59,0%
T	52,2%	0,0%	47,8%	100%

P5				T
	4,9%	0,0%	4,1%	9,0%
	9,8%	0,0%	1,6%	11,5%
	4,1%	0,0%	13,1%	17,2%
	22,1%	0,0%	40,2%	62,3%
T	41,0%	0,0%	59,0%	100%

P3				T
	6,0%	0,0%	4,3%	10,3%
	12,8%	0,0%	1,7%	14,5%
	5,1%	0,0%	23,9%	29,1%
	15,4%	0,0%	30,8%	46,2%
T	39,3%	0,0%	60,7%	100%

P6				T
	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%
	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%
	0,0%	0,0%	11,1%	11,1%
	11,1%	0,0%	55,6%	66,7%
T	33,3%	0,0%	66,7%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Nuevamente el sector público es quien lidera el fomento del sector, lo cual lleva a cuestionarse por qué el sector privado y la academia no toman mayor posicionamiento en la promoción del comercio justo a través de los diferentes espacios de participación que se han dado en el último tiempo para difundir el modelo de manera colaborativa.

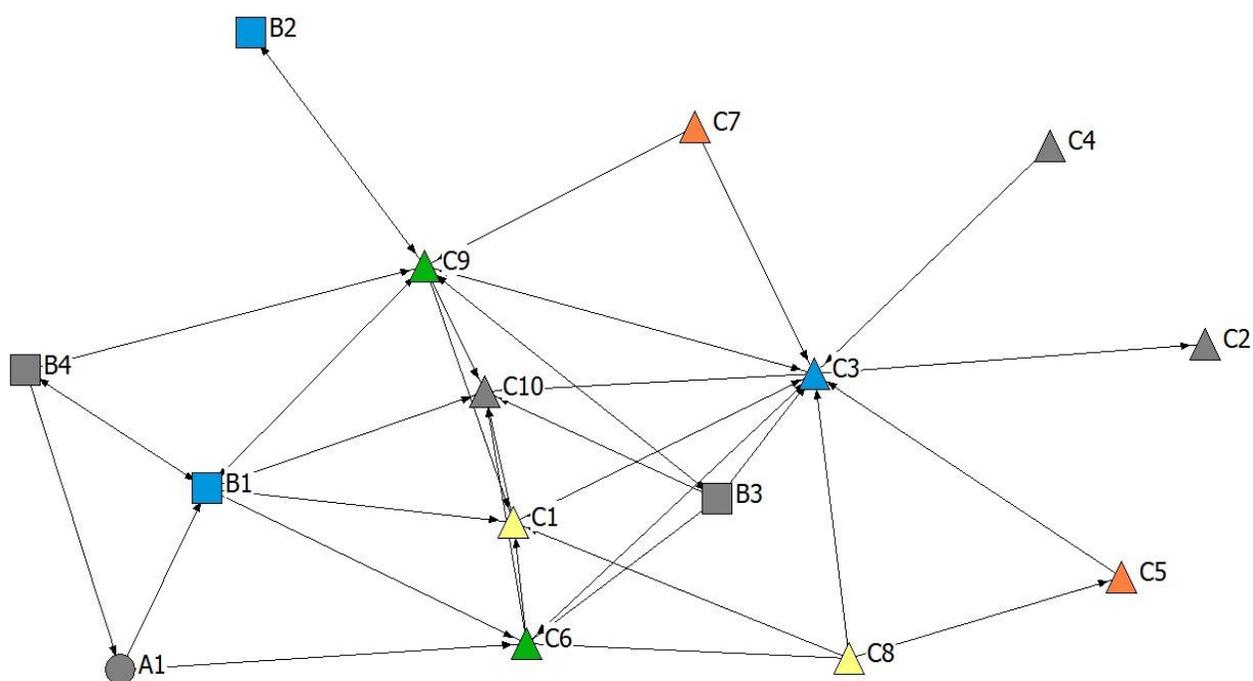
Si bien este análisis se realiza a partir de las frecuencias de interacción entre los actores, veremos más adelante cuál de ellos posee mayor liderazgo en la red, el nivel de cohesión de esta, y otros indicadores que mostraran el desempeño de la red de fomento de la economía social.

4. Mapeo de Interacciones

Para mapear la red en el software, fue necesario transponer la matriz de relaciones ya que para UCINET en las filas se listan los actores entrevistados, y en las columnas los actores declarados. Esto permitirá observar la dirección de las relaciones.

Para la solicitud del mapeo, se utilizaron los atributos que resaltan las actividades que principalmente realizan los actores de la red y el sector. Se puede observar la nomenclatura de la ilustración en el anexo de tablas.

Ilustración N°6. Mapeo de la red.



Fuente: elaboración propia.

En la ilustración es posible observar la dirección de las relaciones a través de las flechas que simbolizan las interacciones de la red, los sectores a los cuales pertenecen los actores (por figuras) y las actividades que más se realizan en la red (por colores).

En términos gráficos es posible notar que los actores del sector público concentran la mayor cantidad de interacciones, sin embargo algunos de los servicios realizan acciones aisladas en relación al fomento del sector, tales como la Asociación Gremial de Comercio Justo (B2), el Ministerio de Energía (C4) y CONDADI (C2). Estos principalmente se dedican a asesorar (azul) y capacitar (gris) a empresas.

Por otra parte, se puede resaltar la importancia del trabajo de DAES (C3), INDAP (C10) y ProChile (C9) en relación al fomento del comercio justo, ya que son los actores más mencionados por los entrevistados. Además son los que concentran mayor cantidad de interacciones bidireccionales como se puede apreciar en la ilustración de la red.

5. Indicadores de la Red

En la metodología previamente definida, se ha establecido determinar una serie de indicadores con enfoque posicional y global para caracterizar la red. En la tabla se presentan e interpretan los indicadores arrojados por el software.

Tabla N°19. Indicadores resultantes del ARS.

Análisis	Indicador	Resultados
Propiedades de la red	Densidad	La densidad media de la red es del 1.957%.
Cohesión	Distancia	El resultado es un valor (2,2) que indica la distancia media más corta que hay entre los actores en el sistema de relaciones de ayuda.
	Alcanzabilidad	El resultado indica qué actores son alcanzables (directa e indirectamente) por otros en términos de ayuda. Todos los "1" son los actores alcanzables por otros para colaboración.
Centralidad	Grado	Out degree: 0.0069 = 0,69% Indegree: 0.0072= 0,72% C9. Mayor out degree. C2 y C10. Menor outdegree. C3. Mayor Indegree. C4. Menor indegree.
	Cercanía	C9. Mayor outcloseness. C2 y C10. Menor outcloseness. C10. Mayor incloseness. C4, C7 y C8. Menor incloseness.
	Intermediación	Indicador: 28.61% C9. Mayor intermediación. B2, C4, C5, C7, C8, C2, C10. Menor intermediación.
	Centralidad de flujo	Indicador: 33.287% C9. Máximo. B2, C2, C4, C7, C8, C10. Mínimo.
	Distancia geodésica	Indicador: 53.493% C9. Mayor. C2. Menor.
	Centralidad de Bonacich	Beta: 0,028 C3 y C9. Mayor. C4, C7 y C8. Menor.
	Roles y posiciones sociales	Equivalencia estructural
Equivalencia regular		Los únicos actores que no siguen pautas similares en el comportamiento son: C4 y C7.

Fuente: elaboración propia.

A partir de los indicadores obtenidos, se puede decir que la red en torno al fomento del comercio justo en Chile es escasamente densa. Esto significa que la transmisión de información y recursos es débil debido a que la intensidad de relaciones es baja. En cuanto a distancia, existe en promedio 2,2 actores entre las relaciones de la red.

Respecto a la centralidad, ProChile es el actor con mayor capacidad para acceder al resto de los actores en una etapa inicial. Por el contrario CONADI e INDAP son los que poseen menor capacidad en la red. En la recepción, el actor con mayor prestigio es DAES, siendo su acción muy referencial para el resto de la red, revelando su grado de poder en la red. Por el contrario, el Ministerio de Energía en cuanto a fomento de comercio justo sería el actor menos referencial en la red.

En el caso de la cercanía, nuevamente ProChile es el actor más cercano en la etapa inicial, lo cual le permite obtener y enviar información con mayor facilidad. En la fase de recepción, INDAP es el actor más cercano, y los más lejanos son el Ministerio de Energía, Chile Compra y SERNAM.

Luego se midió la intermediación. El indicador global arrojó un 28,61% de intermediación en la red. En este proceso el actor con mayor intermediación es ProChile, lo cual revela su poder en la red porque controlan flujos de comunicación óptimos.

Respecto a la centralidad de flujo, el indicador global es 33,287%. Institucionalmente, ProChile es el que goza de mejor posición de intermediación facilitando la comunicación con otros actores.

En cuanto a la distancia geodésica, existe un 53,493% de centralidad en la red. Este indicador revela que ProChile es el actor más central en términos de la estructura global de la red, y CONADI el menos centralizado, coincidente además con su ubicación geográfica, lo cual hace lenta la vinculación con servicios públicos a nivel central.

La centralidad de Bonacich arroja un beta de 0,028. En este indicador se revela que DAES y ProChile son los actores con más conexiones en la red, por lo tanto son más centrales.

Luego se logra medir la equivalencia estructural y regular. Ambos revelan los roles y posiciones sociales. Para el caso de estudio se puede notar a partir de la matriz de equivalencia estructural que no existen actores que sigan pautas idénticas de comportamiento, por lo tanto ninguno es posible de sustituir en la red.

Finalmente la equivalencia regular revela los actores que siguen pautas similares de comportamiento (similares no idénticas). En este caso el software revela que el Ministerio de Energía y Chile Compra son los únicos que no siguen pautas similares de comportamiento.

6. ¿Qué motiva las interacciones de la red?

A partir del instrumento de ARS, se logró conocer el objetivo de las interacciones en la red, las cuales se presentan a continuación. En cada celda se presentan los objetivos que tienen los sectores listados en las columnas.

Tabla N°20. Motivación para generar interacciones en la red.

	Academia	Privados	Públicos
Públicos a nivel regional	Búsqueda de financiamiento.	Sociabilización de la Economía Social y proyectos de difusión, con foco en el Comercio Justo.	Coordinación de proyectos específicos en terreno.
Academia	-	Promoción del Comercio Justo y Economía Social en general.	Ejecución de convenios regionales de capacitación.
Privados	Mejorar competencias de gestión de productores a través de capacitaciones.	Capacitaciones, negociaciones para generar canales de comercialización y discusión para incidir en las políticas públicas para fomentar el sector.	Formación y coordinación de empresas. Facilitar la relación para la compra pública. Levantamiento de necesidades. Capacitar y apoyar espacios de difusión.
Públicos	Búsqueda de financiamiento.	Sensibilización de la Economía social, estimulación de la Asociatividad, promoción del Comercio Justo, capacitación y apoyo en gestión de internacionalización.	Capacitar, socializar y difundir la Economía Social a través de programas con diversos enfoques. Coordinar ejecución de fondos de desarrollo. Mejorar la política pública. Proporcionar información para la toma de decisiones. Promoción del desarrollo local. Fomento sectorial. Desarrollo de competencias. Búsqueda de capital.

Fuente: elaboración propia.

V. CAPITULO V CONCLUSIONES

La economía social, y en particular el comercio justo, surgió hace algunos años con el objetivo de repensar la economía de libre mercado que abunda en el mundo globalizado del siglo XXI a partir de la pregunta ¿Es sostenible el comportamiento de las economías en la búsqueda de maximizar la renta per cápita, suponiendo un mayor desarrollo?

Es claro que la explotación de diversos recursos naturales y el desarrollo industrial han repercutido no solo aportando mayor crecimiento a las economías, sino que también ha impactado de manera negativa sobre el desarrollo social en cuanto a concentración de riqueza, aumentando la inequidad, y en términos ambientales, el agotamiento del recurso hídrico, sequías, calentamiento global, entre otros.

Por estas y más razones, las diversas expresiones de la economía social, surgen para dar solución a estos efectos, creando modelos cuya base valórica se sustenta en la búsqueda de la equidad, la justicia, la fraternidad económica, la solidaridad social y la democracia directa.

Frente a esto, se cuestiona entonces si el Estado fomenta mejores prácticas y los diversos modelos de la economía social, para alcanzar un desarrollo sustentable y sostenible. Por este motivo, se estudió la participación, en torno al fomento del comercio justo específicamente, de los diversos actores que suponen vinculación con la economía social a través de redes de colaboración en Chile.

A través de la investigación realizada es claro que Chile ha avanzado de manera importante en la generación de instrumentos que contribuyan al sector, aceptando la economía social como estrategia de desarrollo inclusiva, al incorporar concretamente ejes que potencien la creación y mejora en gestión del modelo cooperativo y asociativo, el cual fue abandonado durante los años 80's.

Esto ha sido impulsado fuertemente, desde el 2014, por la División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía, marcando un reconocimiento concreto de la economía social y sus diversas expresiones desde el sector público, quien ha trabajado fuertemente en la sociabilización del modelo cooperativo y asociativo a nivel público, ya que existía una gran brecha de conocimiento respecto al funcionamiento de estos modelos a nivel de funcionarios.

Las redes de colaboración se tornan un aspecto importante a la hora de promover el comercio justo y la economía social en general, facilitando la comunicación para mejorar la gestión pública a partir del trabajo con representantes del mundo privado, académico y de la sociedad civil.

La experiencia latinoamericana, particularmente los casos de Brasil y Ecuador quienes tienen mayor avance en lo que respecta al comercio justo, muestra que las redes contribuyen a posicionar las necesidades del sector en la agenda pública, independiente de la visión con la cual se fomenta el modelo, cambio estructural en la constitución en el caso de Ecuador y estrategia de desarrollo en el caso de Brasil.

En ambos países, a diferencia de Chile, la sociedad toma un rol activo en la visualización de la economía social, agrupándose a nivel local, regional y nacional, para plantear sus inquietudes como consumidores, trabajadores o empresarios, ante el Estado. En este proceso, la estabilidad económica y política del país, además de la visión del gobierno de turno, son fundamentales para la promoción del comercio justo. Si bien en la actualidad Brasil no posee la estabilidad política y económica de la cual gozaba hace algunos años, fue un factor importante para lograr establecer un Sistema Nacional de Comercio Justo que permita hasta el día de hoy apoyar de manera integral a los pequeños productores y su entorno.

Por otra parte, en ambos países se ha instaurado espacios de discusión sobre la economía social y el comercio justo, las cuales son utilizadas permanentemente para la construcción de un país justo y solidario, incluso a nivel municipal, lo cual no ocurre aun en Chile, y podría significar un gran avance en la promoción del comercio justo para potenciar un mercado nacional.

En el caso concreto de Chile, se realizó un análisis de redes políticas, aplicación de la técnica de análisis de redes sociales, en el contexto de fomento de la economía social, focalizándose en el comercio justo. Para ello se entrevistaron a representantes de servicios públicos de la Red de Fomento de Economía Social, con funciones de fomento, y a representantes de la academia y el mundo privado vinculados directamente con el comercio justo, para poder identificar actores relevantes del sector, medir la cohesión social en torno al tema de estudio, y actores de poder en la red.

Como se mostró en el capítulo dedicado al ARS, existe una red cuyas interacciones se establecen de manera uni y bidireccional, denotando la capacidad colaborativa entre los actores de la red, inexistente en algunos casos. El flujo de información en la red global es escaso, ya que la densidad de esta es baja. Por otra parte ProChile, DAES e INDAP son los actores de mayor relevancia en la red, todos del sector público, visualizando la falta de un actor relevante tanto de la academia como del sector privado que represente al comercio justo en la discusión público-privada para el fomento del sector.

Si bien las relaciones se establecen principalmente para capacitar, asesorar, investigar, formular e implementar estrategias de fomento, existen ciertos actores débiles de la red, como el Ministerio de Energía y ChileCompra, que pudiesen aportar mucho más en el fomento del sector. Por ejemplo ChileCompra genera directivas que orientan las compras públicas con ciertos criterios verdes, pero que no son apropiados por los compradores públicos aún, y que sin duda podría dar espacio a potenciar el mercado nacional para las diversas expresiones de la economía social.

Para finalizar, Chile es considerado por CLAC uno de los más avanzados en materia de política pública, lo que ha quedado en evidencia debido a la cantidad de instrumentos de apoyo a pequeños y medianos empresarios para desarrollarse en el sector cooperativo y asociativo, sin embargo para satisfacer necesidades concretas de estos actores, sobre todo vinculado a la formación de capital humano, se debe trabajar en mejorar los canales de información y acercarse a los pequeños productores para trabajar en la mejora de habilidades y conocimientos para desempeñarse de mejor manera, incorporando al mismo tiempo enfoque de género para integrar a jóvenes y pueblos originarios por ejemplo al desarrollo de la economía social en el país.

VI. BIBLIOGRAFIA

- Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. www.agendaproductividad.cl [Acceso el 25 de Mayo de 2016].
- Apertura de la Economía Chilena y la Globalización. <http://www.creces.cl/> [Acceso el 20 de Marzo de 2016].
- Asociación de Comercio Justo Chile. <http://www.comerciojusto.cl/> [Acceso el 30 de Marzo de 2016].
- Breve recorrido histórico del Comercio Justo. <http://www.mundosolidario.net/> [Acceso el 5 de Abril de 2016].
- Consultora Proqualitas. 2015. Identificación y Caracterización del Sector Comercio Justo y Consumo Responsable. Santiago.
- Coraggio, José Luis. 2011. Economía Social y Solidaria. Ediciones Abya-Yala. Quito, Ecuador. Página 338.
- Cortes, Francisco. 2008. El Comercio Justo. Editorial Cajamar. España. Página 28.
- Coscione, Marco. 2015. América Latina y el sentido originario del comercio justo. Revista de Desarrollo Económico Número 7. p 11-26. Página 16.
- División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía. <http://economiasocial.economia.cl/>
- Engels, Federico. 1859. Contribución a la Crítica de la Economía Política. Biblioteca Virtual UJCE. Editorial Progreso Moscú. Página 12. <http://archivo.juventudes.org/textos/>
- Infante, Elena. 2012. Comercio Justo, una propuesta histórica y conceptual. Suma de Negocios, Vol. 3 N° 1: 123-134. Bogotá, Colombia. Página 127.
- Lozano, José Luis. 2014. Paradigmas Económicos v/s Nuevo Orden Mundial. México. http://www.economiasolidaria.org/noticias/nuevos_paradigmas_economicos_vs_nuevo_orden_mundial
- Ministerio de Economía y Fomento. Consejo Consultivo de Desarrollo Cooperativo y de la Economía Social. <http://www.economia.gob.cl/> [Acceso el 25 de Mayo de 2016].
- Ministerio de Economía. Noticias. Abril 2015. <http://www.economia.gob.cl/> [Acceso el 27 de Mayo de 2016].
- Organización Mundial de Comercio Justo. <http://www.wfto-la.org/> [Acceso el 30 de Marzo de 2016].
- Organización Mundial de Comercio Justo. (2009). Carta de los Principios del Comercio Justo.
- OXFAM. Qué Hacemos. Consultado el 22 de Abril de 2016. <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/comercio-justo>
- Páez Pérez, Pedro Nel y Silva Ruiz, José. 2010. Las teorías de la regulación de los servicios públicos. Administración & Desarrollo 38 (52). Página 41.
- Palafox, Carlos, Espejel, Carlos y Ochoa, Claudia. 2014. Comercio Justo y Economía Social Solidaria. Teorías y su desarrollo en la economía mundial. International Review of Business Research Papers Vol. 10. No. 3. October 2014 Special Spanish Issue. p 1–15. Página 4.

- Plataforma Comercio Justo Chile. 2014. Conferencia Economía del Bien Común. Santiago. Octubre. <http://www.comerciojusto.cl/comercio-justo/conferencia-economia-del-bien-comun-christian-felber-en-chile/>
- Plataforma de Comercio Justo en Chile. 2014. Seminario establecerá desafíos para desarrollar el Comercio Justo en Chile. Santiago. <http://www.comerciojusto.cl/comercio-justo/una-economia-con-rostro-humano/> [Acceso el 30 de Abril de 2016].
- Portal de Economía Solidaria. Entrevista Economía Social y Solidaria. Ecuador. Noviembre de 2010. http://www.economiasolidaria.org/noticias/interesante_entrevista_de_radio_a_jos_e_luis_coraggio
- Plataforma Economía del Bien Común. Sitio web consultado el 30 de Abril de 2016. <http://www.economiadelbiencomun.cl/la-economia-del-bien-comun/>
- Ramírez, Boris. 2010. Brasil, Modelo de Economía Social y Solidaria. Página 3.
- REAS. 2011. Carta de la Economía Solidaria. http://www.economiasolidaria.org/files/CARTA_ECONOMIA_SOLIDARIA_REAS.pdf
- 010. Reseña de "El Gobierno de los Bienes Comunes: La Evolución de las instituciones de acción colectiva" de OSTROM, ELINOR. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, Diciembre-Mayo, 363-375.
- Sanhueza, Paulina y Rodríguez, Ignacio. 2011. Comercio Justo e Impacto en los Micro-productores: Propuesta Metodológica para su medición. *Revista Líder* Vol. 19. Página 58-59.
- Urrutia, Pedro. 2000. Artículo La Economía Política y las Relaciones Internacionales. *Revista Marina*. Página 4-5. <http://revistamarina.cl>
- Pliscoff, Cristian y Monje, Pablo. 2003. "Método comparado: un aporte a la investigación en gestión pública".
- Barrat, Michael. 1998. "Comercio Justo, Comercio Injusto. Hacia una Nueva Cooperación Internacional".
- Véronique Bisailon, Corinne Gendron, Olga Navarro y Arturo Palma. 2013. "El Comercio Justo. Hacia nuevas formas de gobierno en el intercambio global".
- Antonio Socías Salvá y Natividad Doblas. 2005. "El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias". Universitat de les Illes Balears.
- Fernandez, Carla. Equipo SodePaz. 2011. "¿Pescar Peces o qué? Enfocando una Red".
- Lopez, Fernando. 2002. "El análisis de contenido como método de investigación". *Revista de Educación*. 167-179. Universidad de Huelva.
- Porras, José Ignacio. 2001. Policy Network o red de políticas públicas: Una introducción a su metodología de investigación. *Estudios Sociológicos*. 721-745.
- Vidal, Augusto. 1965. "Diccionario de Economía Política".
- Sistema B. <http://www.sistemab.org/> [Acceso el 12 de Septiembre de 2016].
- Banca Ética. <http://www.bancaetica.es/> [Acceso el 12 de Septiembre de 2016].
- Banca Ética de Chile. <https://bancaeticachile.wordpress.com> [Acceso el 12 de Septiembre de 2016].
- Consumo Responsable. <http://www.consumoresponsable.cl/> [Acceso el 12 de Septiembre de 2016].

- Unidad de Estudios Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. División de Política Comercial e Industrial. El Cooperativismo en Chile. Julio 2014.
- Consejo Consultivo Público Privado. Presentación 1° sesión 2015.
- DAES. Fiscalización y Control Legal. <http://economiasocial.economia.cl/fiscalizacion-y-control-legal> [Acceso el 15 de Septiembre de 2016].
- Agenda de Productividad 2014-2018. Estado de Avance. <http://www.agendaproductividad.cl/estado-de-avance-por-medida/> [Acceso el 15 de Septiembre de 2016]
- INDAP. Programa de Agricultura Familiar. <http://www.indap.gob.cl/te-recomendamos/agricultura-familiar-campesina> [Acceso el 15 de Septiembre de 2016].
- CORFO. Programa FOCAL. <http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/programas/programa-de-fomento-a-la-calidad--focal> [Acceso el 15 de Septiembre de 2016].
- Ministerio de Medio Ambiente. Plan de Consumo y Producción Sustentable. <http://portal.mma.gob.cl/comite-de-consumo-y-produccion-sustentable/>
- Seminario “La evolución nace de la colaboración” Presentación Antonia Biggs. 28 de junio 2016.
- CLAC. Coordinadoras Nacionales <http://clac-comerciojusto.org/estructura/coordinadores-nacionales/> [Acceso el 16 de Septiembre de 2016].
- Red SURES. <http://comerciojustodelsur.blogspot.cl/> [Acceso el 20 de Septiembre de 2016].
- Universidades Latinoamericanas por el Comercio justo. <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/campana/presentacion/> [Acceso el 21 de Septiembre de 2016].
- Robert Hanneman. Introducción a métodos de análisis de redes sociales.
- Isabella Alcañiz, 2013. El análisis de redes en la Ciencia Política
- Andrea Naranjo, 2009. La teoría de redes sociales y análisis de redes políticas públicas: a propósito del estudio sobre “El poder económico en el Perú” Guía para Redes Sociales. (Rodríguez & Mérida, 2005).
- Borgatti & Freeman. 2002. Ucinet 6 for Windows: Software for social network Analysis. Harvard: Analytic Technology.
- Coraggio, José Luis. 2014. La Presencia de la Economía Social y Solidaria y su Institucionalización en América Latina.

Entrevistas:

- Andrea Fuente. CLAC. 14 de Septiembre de 2016. Skype.
- Marco Coscione. CLAC. 16 de Septiembre de 2016. Skype.
- Mario Radrigán. Ex Jefe DAES. 28 de Junio 2016.
- Juan Jiménez, INDAP. 28 de Junio 2016.
- Anónimo. DAES. 18 de Octubre de 2016.
- María Soledad Valdés. ProChile.
- Raúl Navarrete. Coordinadora Nacional de Comercio Justo. 20 de Octubre de 2016, Curicó.
- Juan Pablo Jaña. Universidad Autónoma, Sede Talca. 10 de Noviembre de 2016. Skype.
- Javier Zulueta. Ministerio de Energía. 14 de Noviembre de 2016.
- Anónimo. CORFO. 14 de Noviembre de 2016.
- Isa Haid. FOSIS. 14 de Noviembre de 2016.
- Cecilia González. SERNAM. Cecilia González. 15 de Noviembre de 2016.
- María José Muñoz. SERCOTEC. 15 de Noviembre de 2016.
- Rodrigo Constandil. AG de Comercio Justo. 15 de Noviembre de 2016.
- Marcelo Mosquera. Chile Compra. 16 de Noviembre de 2016.
- Waldo Bustamante. FIA. 22 de Noviembre de 2016.

VII. ANEXOS

AnexoN°1. Acontecimientos del Comercio Justo.

Ilustración: Acontecimientos del Comercio Justo

Items:

-
- 1964
Nacimiento formal sobre el fomento del desarrollo del comercio equitativo.
 - 1968
Breukelen, Holanda.
 - 1971
James W. Mundell, trabajo en el empoderamiento de artesanos, la entrega de capacidades productivas y comerciales para el desarrollo de sus emprendimientos de Comercio Justo.
 - 1985
Primer uso formal del concepto "Comercio Justo" por Michael Barratt en Londres.
 - 1988
Certificación FairTrade "Max Havelaar" en Holanda.
 - 1989
Asociación Internacional de Comercio Justo. Agrupa importadoras y exportadoras de más de 75 países.
 - 1994
Network of European World Shops. Asociación de Tiendas de Comercio Justo en Europa.
 - 1996
Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo.
 - 1997
Fairtrade Labelling Organization. Organización que busca generar normativas y sello a diferentes líneas de producto de Comercio Justo.
 - 1998
Se crea y es la primera organización miembro de WFTO en Chile. Trabaja en la búsqueda de mercados para productores.
 - 2002
Busca mejorar la visibilidad de la marca, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos de exportación para productores y exportadores, a cargo de FLO.
 - 2004
Deriva de FLO para fiscalizar y certificar organizaciones de productores.
 - 2004
World FairTrade Organization.
 - 2014
División de Asociatividad y Economía Social. Promueve y fomenta la incorporación de las empresas y comunidades de la Economía Social al ciclo productivo.
 - 2014
"Una Economía con Rostro Humano: Comercio Justo, ¡Bueno para Todos!". Santiago.
 - 2015
Alto Las Condes, Santiago.

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio "Identificación y Caracterización del Sector Comercio Justo y Consumo Responsable". Proqualitas. Santiago 2015.

Anexo N°2. Instrumento de Análisis de Redes.

La siguiente encuesta evalúa tu participación en el contexto de formulación de una Ley de Economía Social en Chile de la cual deriven actividades de Fomento al Comercio Justo. Agradezco sus respuestas.

I. Identificación

Nombre completo: _____
Género _____ (H: Hombre / M: Mujer) Edad: _____

II. Antecedentes

1. ¿Cómo se llama su organización/empresa/institución?

2. ¿Hace cuántos años trabaja aquí? _____
3. ¿En qué área trabaja principalmente?
 - a. Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos.

 - b. Vela por la transparencia y responsabilidad en aspectos de gestión y rendición de cuentas. _____
 - c. Fomenta prácticas comerciales sostenibles. _____
 - d. Vela por lograr un pago justo y oportuno. _____
 - e. Vela por el No trabajo infantil ni trabajo forzoso. _____
 - f. Vela por la No discriminación, equidad de género y libertad de asociación. _____
 - g. Vela por condiciones de trabajo seguras y sanas. _____
 - h. Desarrollo de capacidades. _____
 - i. Promoción de prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad. _____
 - j. Promoción del comercio justo. _____
4. Esta participación ocurre en: _____ Empresa _____ Institución/Mesas de trabajo _____ Academia/Investigación _____ Consumidor _____ Otro espacio ¿Cuál?

5. ¿Hace cuántos años trabaja en el fomento del Comercio Justo en su organización/empresa/institución?

6. Su principal participación en el Fomento del Comercio Justo ha sido en la fase de: (Menciona la tres principales).
_____ Investigación _____ Asesoría _____ Capacitación _____ Fiscalización
_____ Certificación _____ Producción _____ Formulación de estrategias de fomento
_____ Implementación de estrategias de fomento _____ Otra ¿Cuál?

III. Preguntas de Colaboración

- ¿Con qué personas has participado en la propuesta de Ley de Economía Social que implique Fomento al Comercio Justo? Menciona las 3 personas principales en cada sector señalado a continuación:

Opción	Nombre Completo, Lugar de trabajo, Cargo	N° de reuniones compartidas	N° de seminarios compartidos	N° de talleres –charlas realizados	N° instancias de participación a nivel nacional	N° instancias de participación a nivel regional	N° de instancias de participación a nivel comunal	N° de estudios realizados	¿Para qué se realizan dichas instancias de participación? I
1°									
2°									
3°									
4°									
5°									

IV. Preguntas como Institución/Organización

- ¿Qué se realiza actualmente en su institución/organización para fomentar el Comercio Justo?
- ¿Hace cuánto tiempo?
- ¿Existe normativa o leyes que rijan su actuar respecto al Comercio Justo?
- ¿Cómo se proyecta el Fomento al Comercio Justo en su institución/organización?
- ¿Qué instrumentos de apoyo al Comercio Justo posee la organización?

Anexo N°3. Operacionalización de variables para análisis de la gestión pública comparada.

Tabla. Categorías y variables para el análisis comparado.

Categoría	Variable	Brasil	Ecuador	Chile
Redes	Privados			
	Sociedad Civil			
	Públicos			
	Academia			
Participación	Con el Estado			
	Con Gobierno Regional			
Contexto país	Estabilidad			
	Apoyo			
Visión	Pública			
	Privada			
	Local			
Institucionalidad	Nacional			
Problema	Nacional			
Financiamiento	Nacional			

Fuente: Elaboración propia a partir de la definición de objetivos de estudio.

Anexo N°4. Nomenclatura de gráficos.

Tabla. Nomenclatura de Áreas de Trabajo.

Opción	Área
A	Creación de oportunidades para productores económicamente más desfavorecidos
B	Vela por la transparencia y responsabilidad en aspectos de gestión y rendición de cuentas
C	Fomenta prácticas comerciales sostenibles.
D	Vela por lograr un pago justo y oportuno.
E	Vela por el No trabajo infantil ni trabajo forzoso.
F	Vela por la No discriminación, equidad de género y libertad de asociación.
G	Vela por condiciones de trabajo seguras y sanas.
H	Desarrollo de capacidades.
I	Promoción de prácticas responsables que preservan el medioambiente y la biodiversidad.
J	Promoción del comercio justo.
K	Otra
L	Ninguna

Fuente: elaboración propia.

Tabla. Nomenclatura de Vinculación.

Opción	Actor
A	Empresa
B	Institución/Mesas de trabajo
C	Academia/Investigación
D	Consumidor
E	Otro
F	Ninguna

Fuente: elaboración propia

Tabla. Nomenclatura de mapeo por actividad.

Color	Sector
Azul	Asesoría
Gris	Capacitación
Amarillo	Investigación
Naranja	Formulación de estrategias de fomento
Verde	Implementación de estrategias de fomento

Fuente: elaboración propia.

Tabla. Nomenclatura de Actores.

ACTORES	CODIGO
U. Autónoma	A1
CN CJ	B1
AG CJ	B2
PLATAFORMAS	B3
CLAC	B4
CORFO	C1
CONADI	C2
DAES	C3
Min. Energía	C4
FOSIS	C5
SERCOTEC	C6
CHILECOMPRA	C7
SERNAM	C8
PROCHILE	C9
INDAP	C10

Fuente: elaboración propia.

Tabla. Nomenclatura de Actividades realizadas.

Opción	Actividad realizada
A	Investigación
B	Asesoría
C	Capacitación
D	Fiscalización
E	Certificación
F	Producción
G	Formulación de Estrategias de Fomento
H	Implementación de estrategias de fomento.
I	Otra
J	Ninguna

Fuente: elaboración propia.

Tabla. Nomenclatura de mapeo por sector.

Figura	Sector
Triangulo	Público
Cuadrado	Privado
Circulo	Academia

Fuente: elaboración propia.

Anexo N°5. Resultados UCINET.

Alcanzabilidad

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	A	B	B	B	B	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
1	A1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
2	B1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
3	B2	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
4	B3	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
5	B4	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
6	C1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1
7	C2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	C3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1
9	C4	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
10	C5	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
11	C6	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1
12	C7	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
13	C8	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1
14	C9	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1
15	C10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: UCINET.

Centralidad de Grado

		1	2	3	4
	Outdeg	Indeg	nOutde	nIndeg	
				g	
1	A1	8.000	6.000	0.023	0.017
2	B1	55.000	35.000	0.157	0.100
3	B2	7.000	18.000	0.020	0.051
4	B3	81.000	18.000	0.231	0.051
5	B4	34.000	11.000	0.097	0.031
6	C1	4.000	42.000	0.011	0.120
7	C2	0.000	5.000	0.000	0.014
8	C3	37.000	86.000	0.106	0.246
9	C4	9.000	0.000	0.026	0.000
10	C5	7.000	5.000	0.020	0.014
11	C6	21.000	47.000	0.060	0.134
12	C7	11.000	0.000	0.031	0.000
13	C8	53.000	0.000	0.151	0.000
14	C9	84.000	78.000	0.240	0.223
15	C10	0.000	60.000	0.000	0.171

Fuente: UCINET.

Cercanía

		1	2	3	4	5	6
		OutCl	InClo	OutVa	InVal	OutRe	InRec
		ose	se	lClo	Clo	cipCl	ipClo
						o	
1	A1	0.311	0.237	0.662	0.690	0.393	0.274
2	B1	0.350	0.368	0.686	0.790	0.524	0.476
3	B2	0.292	0.341	0.648	0.776	0.339	0.393
4	B3	0.326	0.341	0.671	0.776	0.470	0.393
5	B4	0.333	0.286	0.676	0.738	0.452	0.327
6	C1	0.280	0.452	0.638	0.824	0.354	0.607
7	C2	0.167	0.400	0.000	0.852	0.000	0.452
8	C3	0.333	0.500	0.676	0.838	0.506	0.714
9	C4	0.298	0.167	0.700	0.000	0.354	0.000
10	C5	0.298	0.177	0.700	0.071	0.354	0.071
11	C6	0.286	0.438	0.643	0.819	0.389	0.595
12	C7	0.341	0.167	0.729	0.000	0.435	0.000
13	C8	0.350	0.167	0.781	0.000	0.496	0.000
14	C9	0.359	0.467	0.690	0.829	0.560	0.643
15	C10	0.167	0.538	0.000	0.895	0.000	0.679

Fuente: UCINET.

Intermediación

		1	2
		Betweenness	nBetweenness
14	C9	59.000	32.418
8	C3	52.333	28.755
2	B1	27.167	14.927
5	B4	11.000	6.044
11	C6	4.333	2.381
6	C1	1.000	0.549
4	B3	0.667	0.366
1	A1	0.500	0.275
3	B2	0.000	0.000
9	C4	0.000	0.000
10	C5	0.000	0.000
12	C7	0.000	0.000
13	C8	0.000	0.000
7	C2	0.000	0.000
15	C10	0.000	0.000

DESCRIPTIVE STATISTICS FOR EACH MEASURE

		1	2
		Betweenness	nBetweenness
1	Mean	10.400	5.714
2	Std Dev	19.108	10.499
3	Sum	156.000	85.714
4	Variance	365.125	110.230
5	SSQ	7099.278	2143.243
6	MCSSQ	5476.877	1653.447
7	Euc Norm	84.257	46.295
8	Minimum	0.000	0.000
9	Maximum	59.000	32.418
10	N of Obs	15.000	15.000

Network Centralization Index = 28.61%

Fuente: UCINET.

Centralidad de Flujo

		1	2
		FlowBet	nFlowBet
1	A1	1.394	0.766
2	B1	30.756	16.899
3	B2	0.000	0.000
4	B3	2.463	1.353
5	B4	12.455	6.844
6	C1	0.918	0.505
7	C2	0.000	0.000
8	C3	59.303	32.584
9	C4	0.000	0.000
10	C5	0.175	0.096
11	C6	7.933	4.359
12	C7	0.000	0.000
13	C8	0.000	0.000
14	C9	68.825	37.816
15	C10	0.000	0.000

Network Centralization Index = 33.287%

Fuente: UCINET.

Distancia Geodésica

		1
		Eigen
		vecto
		r

1	A1	0.043
2	B1	0.256
3	B2	0.122
4	B3	0.461
5	B4	0.138
6	C1	0.176
7	C2	0.031
8	C3	0.430
9	C4	0.056
10	C5	0.058
11	C6	0.285
12	C7	0.074
13	C8	0.202
14	C9	0.468
15	C10	0.341

Fuente: UCINET.

Centralidad de Bonacich

Beta value is 0,0279623454882016

Bonacich Power

		1	2
		Beta Cent	Normalize
1	A1	322.710	0.042
2	B1	6101.447	0.802
3	B2	7052.153	0.927
4	B3	7052.153	0.927
5	B4	1887.719	0.248
6	C1	5884.736	0.773
7	C2	1951.172	0.256
8	C3	13919.950	1.830
9	C4	0.000	0.000
10	C5	5.000	0.001
11	C6	6938.503	0.912
12	C7	0.000	0.000
13	C8	0.000	0.000
14	C9	13975.446	1.837
15	C10	15884.878	2.088

Fuente: UCINET.

Matriz de Equivalencia estructural

Relation Hoja1
Blocked Matrix

	1	2	5	3	4	12	7	6	8	14	15	10	11	9	13
	A1	B1	B4	B2	B3	C7	C2	C1	C3	C9	C1	C5	C6	C4	C8
1	A1	4											4		
2	B1		11					8		14	14		8		
5	B4	6	18							10					
3	B2									7					
4	B3								22	25	18			16	
12	C7								1	10					
7	C2														
6	C1								2		2				
8	C3						5	6		12	8			6	
14	C9		13		18	18		3	17		15				
15	C10														
10	C5							7							
11	C6							5	13		3				
9	C4								9						
13	C8							20	15			5	13		

Fuente: UCINET.

Equivalencia Regular

Block Assignments:

- 1: A1 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C5 C6 C8 C9 C10
- 2: C4 C7

Blocked Adjacency Matrix

		1	2	3	4	5	6	7	8	5	0	1	3	4	9	2
		A	B	B	B	B	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
1	A1	1								1		1				
2	B1				1	1				1		1		1		
3	B2														1	
4	B3									1	1	1		1		
5	B4	1	1												1	
6	C1								1	1						
7	C2															
8	C3						1	1		1		1		1		
15	C10															
10	C5									1						
11	C6						1	1	1							
13	C8						1	1	1	1	1					
14	C9	1	1	1			1	1	1							
9	C4									1						
12	C7									1				1		

Fuente: UCINET