

CADENAS SUSTENTABLES DE VALOR Y CERTIFICACIONES.

¿NUEVOS MERCADOS EN BÚSQUEDA DE NUEVOS CONSUMIDORES?

Dra. Rocío Rosales Ortega¹

RESUMEN

El interés por fomentar procesos de producción sustentable, ha dado lugar a importantes cambios en la organización de los mercados, mediante diversas estructuras sociales e institucionales que instrumentan las certificaciones y las eco-etiquetas. En la organización socio-económica de la producción sustentable podemos encontrar actores con muy diversas capacidades de ejercicio del poder, ya sea corporaciones internacionales que dirigen las cadenas de producción sustentable por medio de la formación de un complejo aparato de instituciones, organizaciones y expertos, hasta incipientes formas de auto-organización que buscan generar nichos de producción orgánica a escala local. En esta lógica de análisis, el objetivo de este trabajo consiste en analizar las transformaciones y retos que se derivan de la construcción de los mercados sustentables mediante la instrumentación de las certificaciones y/o ecoetiquetas.

PALABRAS CLAVE: Mercados verdes o sustentables, Certificaciones y eco-etiquetas, Cadenas verdes de valor

¹ Profesora-Investigadora Titular, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, rro@xanum.uam.mx

INTRODUCCIÓN

Esta ponencia tiene como principal objetivo analizar el contexto, las características y las dificultades que han dado lugar a la organización de los mercados sustentables mediante la instrumentación de las certificaciones y las etiquetas ecológicas. En primer instancia recuperamos los debates que Karl Polanyi y el neomarxismo desarrollaron en torno a la configuración de los mercados, como consecuencia de la interrelación entre grupos sociales e instituciones, para comprender la configuración socio-económica de los mercados ambientales. En un segundo apartado estudiamos las características del mercado verde o sustentable, la organización de las certificaciones y las etiquetas verdes, así como las diversas limitaciones y críticas que se han desarrollado alrededor de estos instrumentos de mercado. En un tercer apartado recuperamos las aportaciones de los estudios sobre las Cadenas Globales de Valor y su papel en la coordinación de la transformación de los recursos naturales, entre las escalas local y global, para la conformación de los mercados sustentables. Así también, la revisión de las características y formación de los Sistemas Participativos de Garantías, proporciona elementos de debate sobre las relaciones de poder y los retos que viven los productores en el ámbito local. En el último apartado de las conclusiones, sintetizamos las principales críticas y dificultades que hoy día experimenta la organización de las certificaciones para el desarrollo de formas de producción sustentables y socialmente incluyentes.

1. La construcción social de los mercados sustentables.

En los debates sobre la explicación de las formas de organización del mercado y el papel de los actores sociales en el mismo, es fundamental recuperar las aportaciones del neomarxismo y el trabajo de Karl Polanyi, quien desarrolló los conceptos embeddedness y disembeddedness

(Ettlinger, 2003; Hess, 2004) para reflexionar sobre el papel de las instituciones en el funcionamiento del mercado².

Ambas perspectivas prestan atención a las formas de interrelación entre el mercado, los actores y el papel de las instituciones en la regulación de la actividad económica, de tal manera que contribuyen al análisis de diferentes formas de organización de la producción, en diferentes estructuras espacio-temporales. El reconocimiento de la heterogeneidad de las estructuras sociales que se configuran en distintos momentos de la historia y en diferentes territorios como parte de la formación del capitalismo, permite comprender la diversidad de formas y características que los mercados pueden adquirir, al mismo tiempo que favorece la reflexión sobre el papel que las instituciones y los grupos sociales desempeñan en la conformación de los mercados.

Mark Granovetter desarrolló la reflexión que Polanyi había iniciado con relación a la vinculación de las formas de vida social y la organización de la economía a través del concepto de *embeddedness*, al mismo tiempo que se nutrió del constructivismo³ social para afirmar, que los mercados eran a fin de cuentas una construcción social (Swedberg, 1997). Esta veta de investigación se apoya en un cambio epistemológico sobre la explicación del mercado, así como en un cambio ontológico sobre el papel de los actores en la organización de la vida

² El concepto de *embeddedness* (incrustamiento) desarrollado por Polanyi ha sido ampliamente recuperado en los trabajos clásicos de Mark Granovetter (1985, 1990). En cambio, en el estudio de las instituciones, aún cuando Polanyi ya observaba al mercado como una institución, tanto sociólogos como economistas ubican en primer lugar la obra de Thorstein Veblen. (Pearce, 1999).

³ Las características principales del constructivismo social se encuentran definidas por la psicología de la percepción, la epistemología genética de Jean Piaget, y la sociología del conocimiento representados por el programa fuerte de David Bloor y Barry Barnes, (Abbagnano, 2001) así como el trabajo de Peter L Berger y Thomas Luckman ([1968],2001). El trabajo que desarrolla John R. Searle, (1997) *La construcción de la realidad social*, parte precisamente de analizar la forma como a través de la historia y la acción colectiva se definen instituciones que enmarcan o circunscriben las percepciones y formas de actuar de los individuos. En este sentido, Searle argumenta que no todo es socialmente construido (lo que define como construccionismo universal) y establece la diferencia entre procesos que son ontológicamente subjetivos y epistemológicamente objetivos.

económica. A diferencia de la economía ortodoxa, la sociología económica argumenta que la actividad económica es una de las diversas formas de acción social que realizan los individuos y de esta forma, también considera la existencia de múltiples racionalidades y motivaciones que dirigen el actuar de los mismos.

El paradigma constructivista contribuye a la explicación de la organización de la vida económico, en donde los mercados se explican con base en la diversidad histórico-cultural en la que se configuran, de esta forma se abandona la visión atomizada del individuo y el mercado por lo tanto, es más el producto de la construcción de formas de interacción contextualizadas. En ese sentido, los conceptos; embeddedness/disembeddedness y redes sociales contribuyen de manera fundamental, al estudio de las formas en las que la acción económica se estructura en cada territorio.

El concepto embeddedness (traducido al español como incrustado, insertado o inmerso) que utiliza Polanyi, considera que las relaciones económicas surgen y se desarrollan en un contexto histórico social, en donde los actores definen los objetivos y las formas específicas de organización de los mercados. En el proceso de explicación de la forma como la economía capitalista parece convertirse en un sistema con vida y reglas propias, Polanyi utiliza el concepto disembeddedness, para referirse a la posibilidad que el mercado y la organización del trabajo tienen para separarse del contexto en el que se formaron y convertirse en un conjunto de normas abstractas, generales y aplicables en cualquier territorio.

Por otra parte, el análisis de redes sociales, se ha convertido en un camino metodológico para comprender la unidad del mundo y la diversidad de los lugares, procesos y personas que se interconectan. En el proceso de configuración de las redes, estas combinan sus características para generar una gran heterogeneidad de interrelaciones materiales (infraestructura, tecnología,

procesos de producción e intercambios comerciales) y sociales (viejos y nuevos grupos sociales de pertenencia) que conforman la diversidad espacial que también es expresión de relaciones de poder.

En el análisis económico-territorial de las redes, los conceptos de *horizontalidades* y *verticalidades* han contribuido a reflexionar sobre las interrelaciones que se establecen entre los procesos de producción, los grupos sociales y los lugares. Las verticalidades hablan de las formas jerárquicas de relación, de las formas de subordinación y posiblemente del sometimiento que se establece entre procesos de producción, grupos y lugares distantes, mientras que las horizontalidades se refieren a las relaciones de cooperación, cercanía y compatibilidad de las formas de vida (Santos, 2000). Además de la estructura vertical u horizontal, las redes variarán de acuerdo a su composición, tamaño y dispersión, estas dos últimas características tienen una fuerte expresión territorial.

Las redes territoriales favorecen la integración regional al comunicar y articular las actividades de los actores. Desde esta perspectiva, las redes territoriales constituyen nodos, núcleos o ciudades de diversas dimensiones en donde se concentran organizaciones sociales como las instituciones y las empresas. Estas a su vez, se vinculan mediante flujos que constituyen estructuras que evolucionan con base en la competencia y/o complementariedad de los intereses que guían a los actores. (Simitiel y Noguera, 2003). De esta forma, las Cadenas Globales de Valor (CGV) son expresión de la organización jerárquica u horizontal de las relaciones entre empresas, productores y gobiernos que articulan diferentes escalas del territorio.

2. Los mercados verdes o sustentables: Las certificaciones y las etiquetas verdes.

En un contexto de creciente interacción entre actores, prácticas sociales y territorios que confluyen para organizar una economía que parece estar cada vez más interesada por la sustentabilidad, el tema de las certificaciones y las eco etiquetas, no solo ha adquirido gran relevancia sino que ha generado nuevos debates sobre la forma como se organizan los mercados y la forma como participan los actores sociales, en los mismos.

En un intento por fomentar nuevas prácticas de producción sustentable y por lo tanto, promover la formación de un nuevo tipo de consumidores, las políticas de desarrollo sustentable dieron lugar a la formación del *mercado ecológico o sustentable*. Esta perspectiva busca que los consumidores adquieran una mayor presencia en los mercados, mediante la selección de bienes y servicios que sean éticamente responsables y amigables con el medio ambiente. Para promover un *estilo de vida* éticamente responsable con el medio ambiente, se desarrollaron las certificaciones y las eco-etiquetas, las cuales proporcionan suficiente información a los consumidores para guiar sus elecciones al momento de adquirir un bien o servicio. Los argumentos que fundamentan la organización del consumo verde o sustentable, consisten en lo siguiente: 1) Las certificaciones y las etiquetas proveen al consumidor la información necesaria sobre las condiciones ambientales en las que un bien o un servicio fueron producidos, 2) Esta información permite que el consumidor elija el tipo de consumo que desea realizar, 3) con base en esa información, el consumidor puede cambiar sus patrones de consumo, ya sea sobre cómo y qué consume, 4) como consecuencia del cambio en los patrones de consumo, la estructura productiva, los gobiernos y los actores económicos en su conjunto, se interesarían por incorporar estándares de calidad ambientales en los productos y servicios elaborados. (Galarraga, 2002; Scales, 2014).

En el proceso de organización del mercado verde o sustentable se crearon diversos tipos de certificaciones. En los años setenta y ochenta se organizaron las certificaciones con base en la revisión por pares o también conocidas como certificaciones de “primera parte”, en donde los estándares de calidad eran definidos voluntariamente y auto-regulados por los mismos proveedores. En muchos casos, este tipo de certificación no solo incluía la verificación de que los procesos de producción fueran sustentables, también proporcionaba capacitación y asesoría en métodos de producción orgánica, para los productores. Conforme los mercados orgánicos fueron creciendo se organizaron las certificaciones por “dos partes”, en donde los estándares de calidad eran revisados por profesionales contratados por los compradores o por las asociaciones. (Nelson, et.al, 2010).

En los años noventa, el mercado de los productos orgánicos creció, por lo que el sistema de certificaciones por terceras partes se extendió y los estándares de calidad fueron auditados por certificadores independientes. Las certificaciones no solo eran realizadas por entidades privadas, ya que los gobiernos y las organizaciones sociales también podían desempeñar un papel relevante. En épocas recientes, las empresas privadas tienen un papel preponderante en la organización de los mercados sustentables, por lo tanto, los organismos certificadores más importantes a nivel mundial de la madera (Forestry Stewardship Council), la pesca (Marine Stewardship Council (MSC), así como diversos productos agroalimentarios en donde se encuentran el aceite de palma, el te, el azúcar, la cocoa y el café, son dirigidos con una perspectiva de mercado. (Nelson, et.al., 2010; Vandergeest, Ponte y Bush, 2015; Nelson, et.al., 2016).

Con respecto a las eco-etiquetas, estas se clasificaron en tres tipos; 1) Las etiquetas tipo I, fueron creadas por programas de certificación por terceras partes y son usualmente apoyadas por los gobiernos, 2) las etiquetas de tipo II, corresponden a las etiquetas elaboradas solo por

los productores, importadores y distribuidores interesados en especificar que sus productos tienen un atributo específico, como el hecho de encontrarse libres de carbono y 3) las etiquetas de tipo III utilizan índices predefinidos y proporcionan información cuantificada sobre los productos con base en verificaciones realizadas independientemente (Galarraga, 2002).

La creación de las eco-etiquetas y las certificaciones por terceras partes han recibido múltiples críticas. Los programas de formación de eco-etiquetas existen desde 1977 y su uso se ha extendido no tanto por el creciente interés de consumir bienes y servicios sustentables, sino más bien por el número y el tipo de productos que cada vez lo requieren como consecuencia del incremento de la competencia de los mercados, los cuales están cada vez más globalizados (Galarraga, 2002). Aunque el objetivo principal de generar eco-etiquetas era promover un comportamiento más sustentable, al proporcionar mayor información a los consumidores sobre las condiciones en las que un bien o servicio han sido producidos, un efecto no esperado ha sido el aumento del consumo de esos bienes, generando un incremento en la explotación de algunos recursos naturales. En términos generales, la política de las eco-etiquetas han obtenido resultados mixtos ya que por un lado, en cierta forma han difundido una mayor conciencia por un consumo sustentable pero por otra parte, han incrementado la competencia entre empresas que desean mejorar su desempeño económico mediante estrategias de competitividad, más que por una ética de responsabilidad con el medio ambiente. En este sentido, una de las críticas más fuertes a las eco-etiquetas considera que no es suficiente proporcionar información al consumidor, para convertirlo en un actor más responsable con el medio ambiente. La información es importante, pero en realidad solo genera más conocimiento y no un cambio fundamental en el comportamiento de las personas. En síntesis, el éxito de las eco-etiquetas no depende solo en proporcionar información sino de un contexto social en donde las prácticas socialmente responsables sea reconocidas y apreciadas socialmente (Galarraga, 2002; Grolleau, et.al., 2015)

Desde la perspectiva de la ecología política, los mercados verdes o sustentables no transforman la lógica del capitalismo,- basada en la competencia y la obtención de ganancias- debido a la separación entre el contexto socio-espacial de los grupos sociales y el ecosistema en el que se reproducen. Así también considera que el consumo verde o sustentable, no solo oculta las relaciones de poder que se generan entre productores, comercializadores e instancias de gobierno, al pretender “empoderar” al consumidor al momento de elegir en el mercado, sino también promueve la “fetichización de los bienes sustentables”. Esto significa que por el solo hecho de presentarse con una certificación o etiqueta ecológica, un bien o servicio pretende garantizar que ha sido elaborado bajo rigurosas condiciones de producción sustentable, cuando en realidad sabemos poco sobre las condiciones en las que un bien o servicio es producido (Scales, 2014).

En esta misma línea de argumentación, el concepto *disembeddedness* contribuye a analizar las certificaciones y etiquetas como instrumentos que estandarizan y comercializan el compromiso ético y social de algunos grupos sociales, para con el medio ambiente y las condiciones sociales de los productores de bienes y servicios ambientales. A través de esos instrumentos de mercado, las reglas y normas que dieron sentido al sistema de relaciones que vincula a los consumidores, productores y empresas, se adecuan más al principio de competencia y exclusión social que caracteriza el funcionamiento del capitalismo.

La ecología política y el enfoque histórico-cultural de Polany identifican como una constante de la formación del mercado bajo la lógica capitalista, el ocultamiento de las condiciones sociales y las relaciones de poder, en las que los bienes o servicios ecológicos son producidos. La organización de las certificaciones y eco-etiquetas expresa el distanciamiento entre productores y consumidores que compartían una misma visión sobre el cuidado del medio ambiente. De esta forma, las etiquetas “fijan un conjunto de espacios y valores sociales” en una mercancía

sustentable, resolviendo aparentemente algunos problemas ecológicos y sociales (Vandergeest, Ponte y Bush, 2015).

Las principales críticas a las certificaciones mencionan que la complejidad en sus formas de organización, ha generado un gran distanciamiento de los principios originales del movimiento a favor del medio ambiente y de la alimentación sustentable, en la medida que la certificación por terceras partes se enfoca más a la sustitución de insumos, en lugar de proporcionar la educación y capacitación a los productores, para fomentar la agricultura orgánica. Por otra parte, el paradigma predominante de la certificación, ha requerido de la incorporación de diversos actores, con diversas formas de negociación y capacidad de ejercicio del poder, excluyendo a los pequeños productores. En la medida que el sistema de certificación por terceras partes requiere; 1) definir estándares para las interacciones ecológicas y sociales, 2) realizar auditorías conforme a los estándares definidos, 3) asignar etiquetas o logos a los productos y empresas que reúnen los estándares definidos, 4) crear instituciones que instrumenten los procedimientos y actividades, las grandes empresas y cadenas de distribución son quienes dirigen la negociación entre grupos de interés e instancias de gobierno, en diversas escalas. (Nelson, et.al, 2010, Vandergeest, Ponte y Bush, 2015).

Las certificaciones “por terceras partes”, se han instrumentado en una gran diversidad de bienes y servicios que conectan diversos territorios y actores, por medio de las cadenas globales de valor, las cuales parecen responder más a los intereses de las grandes empresas y comercializadoras, que a las necesidades de los pequeños productores locales de esos bienes y servicios ambientales. Sería muy fácil afirmar que en la construcción del mercado sustentable, las relaciones entre los actores involucrados son completamente jerárquicas y unidireccionales, de tal forma que solo podríamos encontrar ganadores y excluidos en el proceso. Las experiencias de organización social muestran un abanico mucho más diverso de conflictos y

procesos de negociación que constituyen una gobernanza territorial en constante redefinición, no solo entre actores sino también, en estrategias de reorganización de los mercados sustentables. Un ejemplo de ello es la heterogeneidad de relaciones que se generan entre diversos productos y territorios, así como la formación de certificaciones alternativas como los Sistemas Participativos de Garantía (SPG).

3. Cadenas Globales de valor y Sistemas participativos de garantía (SPG).

El concepto de Cadenas Globales de Valor, permite analizar las múltiples formas de articulación entre los elementos locales y globales que definen y diferencian la organización económico-social de los territorios, así como los mecanismos de coordinación global de una industria o sector específico (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005; Sturgeon, 2008).

Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005), desarrollaron el concepto de *Cadenas Globales de Valor* (CGV) con el fin de analizar las múltiples posibilidades de coordinación que se construyen en los territorios que articulan las cadenas globales de producción. Este concepto considera la posibilidad de la horizontalidad de las redes globales de producción, que es producto de una participación más activa de las empresas de todos los eslabones de la red no sólo en términos de gobernanza, sino también en cuanto a la transferencia y codificación del conocimiento que fluye por la misma. Los autores reconocieron que en las CGV, existe una firma líder que coordina la organización y transferencia del conocimiento, pero al mismo tiempo es posible que en cualquier eslabón de la cadena productiva, un grupo de actores-productores y/o instituciones desarrollen un conocimiento específico y valioso para la elaboración de un producto final (Sturgeon, 2008; Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005).

Los teóricos de las CGV proponen diversas formas de abordar las relaciones de coordinación y gobernanza en las redes globales de producción. En primer lugar, hacen referencia a las

relaciones de jerarquía por medio de las cuales las empresas líderes de la red dominan la organización de la misma, proporcionando a los proveedores de la red instrucciones detalladas y específicas sobre los procesos de producción. La segunda forma de coordinación que proponen es la *gobernanza relacional*, mediante la cual las empresas líderes mantienen relaciones de reciprocidad organizacional con los proveedores de la red. Por último, proponen las relaciones de conocimiento entre las empresas líderes y los proveedores, para analizar los intercambios de conocimiento codificado dentro de la red (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005; Sturgeon, 2008).

En esta línea de argumentación, el concepto de CGV pone un gran énfasis en la articulación y complementariedad de los elementos locales y globales que definen los procesos de aprendizaje colectivo en las cadenas globales de producción. Desde esta perspectiva, el conocimiento que circula por las cadenas globales de producción se produce tanto por la transferencia del conocimiento global (descontextualizado o disembededd) que las empresas líderes transfieren a la red, así como por la asimilación, codificación y procesamiento que realizan los actores de los sistemas de producción locales integrados en las mismas, lo cual da lugar al surgimiento de un conocimiento territorialmente contextualizado que define el valor agregado de la cadena global de producción (Justo, 2004; Sturgeon, 2008; Gibbon, 2000; Giuliani, Petrobelli y Rabellotti, 2004).

En este sentido, el concepto de gobernanza territorial se refiere a las formas de regulación o coordinación socioterritorial distintas al estado, que dan lugar a la formación de relaciones interempresariales que posibilitan la inserción de los sistemas de producción locales en las CGV. En gran medida la gobernanza territorial, se interesa en el estudio de los procesos de negociación que desarrollan las grandes empresas en conjunto con los sistemas productivos locales, los cuales promueven la creación de modos de cooperación entre las pequeñas

empresas, que les permiten la creación y utilización de los recursos locales a fin de insertarse en redes amplias de producción y comercialización (Benko, 2006; Pérez, 2004). Así, estas redes empresariales se convierten en mecanismos de gobernabilidad por medio de los cuales las empresas grandes desarrollan mecanismos de control, sistemas de reglas, procedimientos y normas de coordinación y asignación de recursos e información a las organizaciones económicas de menor tamaño (Humphrey y Schmitz, 2001).

En la realidad existen diferentes formas de intercambio de conocimiento y experiencias de organización del trabajo, ya sea jerárquica como horizontalmente, o una combinación de ambas, y por ese motivo es fundamental comprender y analizar las características que se presentan en diferentes situaciones. En el caso de las certificaciones elaboradas por tercera partes y las eco-etiquetas, se ha desarrollado un complejo entramado de organizaciones y expertos, que son accesibles solo a las empresas líderes de las cadenas globales de valor. En este sentido, la transferencia del conocimiento y manejo de la tecnología hacia los pequeños productores que participan en el ámbito local se ha visto muy limitada. La participación de los pequeños productores se ha visto tan supeditada a los criterios y lógicas de organización de las grandes empresas, que diversas voces hablan de “biocolonialismo”, del acaparamiento de los recursos naturales (green grabbing) por parte de las grandes empresas y de la necesidad de regresar a los orígenes del movimiento ambientalista para avanzar “más allá” de la producción orgánica (Nelson, et.al, 2010; Vandergeest, Ponte y Bush, 2015).

Ante esta situación es necesario promover el debate entre dos perspectivas de análisis que no se oponen entre sí y aportan importantes reflexiones sobre la construcción de los mercados verdes. Para los teóricos de la gobernanza territorial, es fundamental identificar y analizar los intereses de grupos sociales que participan en el aprovechamiento de los recursos naturales,

en la medida que existe una compleja interrelación entre entidades gubernamentales, organizaciones sociales y empresas que operan a nivel global.

Para los académicos especializados en la perspectiva de la soberanía alimentaria, la generación de alternativas de producción de alimentos orgánicos, requiere de acciones concretas para reapropiarse de los recursos naturales a escala local. Es en esta escala donde se observan mayores posibilidades para el cambio de las prácticas sociales y organizacionales de los productores y consumidores, así como el mejoramiento de las condiciones de vida de los actores involucrados.

Desde esta perspectiva, académicos, organizaciones no gubernamentales y productores promovieron los Sistemas Participativos de Garantía (SPG), los cuales fomentan la capacitación para la producción sustentable y promueven la comunicación directa entre productores y consumidores. Uno de sus objetivos consiste en construir un mercado de productos orgánicos basado en la confianza, el trabajo voluntario de los certificadores, en la apropiación y aprovechamiento de los recursos para los productores y consumidores locales. Para los promotores de los SPG, el mercado de productos orgánicos puede ser un espacio de educación y reflexión tanto del aprovechamiento sustentable de los recursos como del consumo alimenticio (Nelson, et.al, 2016). Esta visión propone estrategias específicas de apropiación o contextualización del carácter socio-cultural de los mercados sustentables.

Aunque los SPG en México fueron incluidos en la Ley de Productos Orgánicos que se publicó en 2013, gracias al lobby que llevó a cabo la Red de Mercados Locales Orgánicos, todavía existen muchos retos que deberán enfrentar. En primer instancia pareciera que el reconocimiento institucional está resuelto, por el solo hecho de que existe un apartado en la ley que reconoce su existencia. Sin embargo, todavía existe un largo camino por recorrer en la

mediada que los principios de colaboración y coordinación, con base en la confianza entre productores y consumidores, instancias de gobierno y certificadores deben reflejarse en sus propios normas y mecanismos de funcionamiento. De hecho, los mismos promotores de los SPG tiene dudas sobre la forma en que las prácticas sociales pueden convertirse en leyes, en la forma como el capital social puede institucionalizarse y extenderse en una sociedad de desconfianza, y en donde las leyes parecen oponerse a las intereses sociales. (Nelson, et.al, 2010, Nelson, et.al. 2016). Esto probablemente se debe a la situación que se vive actualmente en México, en donde no existe correspondencia entre las prácticas sociales, las leyes y el funcionamiento de las instituciones, esta situación se considera una constante en lugar de una excepción.

Ante la dificultad para comprender la relación de complementariedad entre las prácticas sociales, las leyes y las instituciones, la perspectiva de la gobernanza territorial puede contribuir a explicar las interrelaciones dinámicas entre prácticas y procesos de negociación en la institucionalización de los mercados verdes o sustentables como resultado de la agencia social. Otro reto importante por resolver, consiste en la instrumentación de la confianza que existe entre los miembros de la red de mercados orgánicos, en procesos de certificación que no requieran un pago por su obtención pero al mismo tiempo, evite las actitudes oportunistas y el no cumplimiento de los requisitos para instrumentar estándares de calidad sustentables. Por el lado de la participación, es fundamental remunerar el tiempo y el trabajo de los participantes que colaboran con la donación de tiempo y recursos para la instrumentación de las certificaciones. Esto significa que los grupos sociales involucrados deberán crear estructuras de organización, económicamente autosuficientes al mismo tiempo que ética y socialmente responsables.

4. A manera de conclusión

Las certificaciones y las eco-etiquetas son instrumentos del mercado que se fundamentan en una lógica de elección racional de los individuos, con base en la información que se les proporciona como consumidores. Desde este punto de vista, no existe vinculación alguna entre los actores sociales y el contexto socio-cultural que conforma sus preferencias, como consecuencia de los valores y convicciones desarrollados en el proceso de socialización (Galarraga, 2002; Grolleau, et.al., 2015). De acuerdo a esta lógica, los bienes y servicios ambientales son vistos como objetos susceptibles a la evaluación objetiva a través de los insumos y características de su producción. En consecuencia, los evaluadores y las instancias que sustentan las eco-etiquetas y certificaciones, conforman un sistema experto y autónomo que interconecta territorios mediante la organización de cadenas globales de valor, basadas en los principios de la competencia, la generación de ganancias y por lo tanto, la exclusión que algunos productores.

A diferencia de las certificaciones “por pares” que se desarrollaron en los años sesenta, en donde la relación entre productores se construyó con base en el compromiso con la sustentabilidad ambiental, las certificaciones por “terceras partes” se fundamentan en el distanciamiento de los actores involucrados en la producción y en la comercialización de los bienes y servicios ambientales, así como en el desconocimiento e indiferencia de las condiciones de trabajo de los productores. En la medida que los criterios del intercambio económico predominan, los principios sociales que guiaron la formación del mercado orgánico y sustentable se debilitan o desaparecen por completo.

Es un hecho que las grandes corporaciones están adquiriendo un papel protagónico en la producción y comercialización de los bienes y servicios sustentables, sin embargo el solo hecho de afirmar esta situación no contribuye a comprender los motivos y la forma como los actores y

los territorios se interrelacionan. En este sentido, la gobernanza territorial contribuye a comprender los procesos y formas de vinculación entre empresas, instituciones privadas o públicas y actores sociales, así como los mecanismos de inclusión o exclusión social que se derivan de las mismas. La diversidad de relaciones de negociación y conflicto, permiten comprender el tipo de gobernanza que vincula a los actores en un territorio específico.(Gereffi, 2016).

Los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) son una opción y al mismo tiempo representan un reto, en el proceso de reapropiación (embeddedness) de las certificaciones sustentables basadas en la confianza, la educación y la capacitación que puede organizarse en la escala local. Una de las principales dificultades consiste en consolidar las prácticas sociales de los colectivos involucrados, en reglas, normas e instituciones que las expresen a cabalidad.

Aún cuando el reconocimiento de los SPG tiene un respaldo legal en la Ley de Productos Orgánicos del 2013, falta mucho para concretar la institucionalización del capital social que los originó. Por un lado, se requiere trabajar la operacionalización del capital social existente, en mayores y mejores capacidades de coordinación que limiten el surgimiento del oportunismo y el incumplimiento de los compromisos adquiridos. En la medida que las redes sociales, la reciprocidad y la confianza se conviertan en organizaciones eficientes y económicamente viables, los reglamentos, las leyes y por lo tanto, las instituciones serán capaces de reproducir las prácticas sociales que dieron lugar a su formación.

BIBLIOGRAFÍA

Abbagnano, Nicola (2001), *Diccionario de Filosofía*. Actualizado y aumentado por Giovanni Fornero, Fondo de Cultura Económico, México.

Benko, George (2006), “Distritos industriales y Gobernanza de las economías locales. El caso de Francia.”, en *Economía Industrial*, num.359, Madrid, pp. 113-125.

Berger, Peter L. y Thomas Luckman (2001) [1968], *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Argentina.

Ettlinger, Nancy (2003), “Cultural economic geography and a relational and microspace approach to trusts, rationalities, networks, and change in collaborative workplaces”, in *Journal of Economic Geography*, 3, pp. 145-171.

Galarraga Gallastegui, Ibon (2002). “The use of eco-labels: A Review of the literature”, *European Environment*, 12, pp. 316-331.

Gereffi, Gary (2016), “Economic and Social Upgrading in Global Value Chains and Industrial Clusters: Why Governance Matters”, *Journal of Business and Ethics*, 133, pp. 25-38.

Gereffi, Gary, John Humphrey y Timothy Sturgeon (2005), “The governance of global value chains”, *Review of International Political Economy*, vo. 12, no. 1, pp. 78-104

Gibbon, Peter (2000), “Global Commodity Chains and Economic Upgrading in Less Developed Countries”, en *CDR Working Paper*, Center for Development Research, Copenhagen, Dinamarca, núm. 02, pp. 1 – 27.

Giuliani Elisa, Pietrobelli Carlo y Roberta Rabellotti (2004), “Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters”, en *Quaderno*, Università del Piemonte Orientale, Italia, núm. 72, pp. 1 – 41.

Granovetter, Mark (1985), “Economic action and social structure: the problem of embeddedness”, *American Journal of Sociology*, no. 3, vol. 91, November, pp. 481-510

Granovetter, Mark. (1990). "The Old and the New Economic Sociology: A History and an Agenda." In *Beyond the Marketplace: Rethinking. Economy and Society*. Eds. R. Friedland and A. F. Robertson. New York: Aldine de Gruyter

Grolleau, Gilles, Lisette Ibañez, Naoufel Mzoughi and Mario Teisl (2015) "Helping eco-labels to fulfill their promises", *Climate Policy*, DOI: 10.1080/14693062.2015.1033675.

Hess, Martin (2004), "Spatial relationships? Toward a reconceptualization of embeddedness", in *Progress in Human Geography*, vo.28, no. 2, pp. 165-186.

Humphrey, John y Hubert Schmitz (2001), "Governance in Global Value Chains", en *IDS Bulletin*, Institute

Justo, Rachida (2004), "Beyond the Local Production System Model: towards an approach combining local and global sources of competitiveness", ponencia presentada en la conferencia Clusters, Industrial Districts and firms: the Challenge of Globalization, Modena, Italy.

Nelson, Erin, Laura Gómez Tovar, Rita Schwentesius Rindermann, Manuel Ángel Gómez Cruz (2010), "Participatory organic certification in Mexico: an alternative approach to maintaining the integrity of the organic label", *Agriculture and Human Values*, V. 20, pp. 227-237.

Nelson, Erin, Laura Gómez Tovar, Elodie Gueguen, Sally Humphries, Karen Landman y Rita Schwentesius Rindermann (2016), "Participatory guarantee systems and the re-imagining of Mexico's organic sector" *Agriculture and Human Values*, V. 33, pp. 373-388.

Pearce, David W. (1999), *Economía Moderna*, Diccionario Akal, España.

Pérez Sáinz, Juan Pablo (2004) "Globalización y comunidad: Notas para una sociología económica Local", en Pozas María de los Ángeles, Mora Salas, Minor y Sáinz Juan Pablo, *Cuaderno de Ciencias Sociales*, no. 134, FLACSO Costa Rica, pp. 65-95

Polanyi, Karl (1992), *La gran transformación*, Juan Pablos Editor, México.

Rosales Ortega Rocío (2010), "Aprendizaje colectivo, redes sociales e instituciones: Hacia una nueva Geografía Económica", en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Los giros de la Geografía Humana: Horizontes y desafíos*, UAM-Iztapalapa y Anthropos, Barcelona, pp. 33-66.

Santos, Milton (2000), *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*, Ariel, Barcelona, pp. 323.

Scales, R. Ivan (2014), “Green consumption, ecolabelling and Capitalism’s environmental limits”, *Geography Compass*, 8/7, pp.477-489.

Searle, John R. (1997), *La construcción de la realidad social*, Paidós Básica, Barcelona.

Semitiel García, María y Noguera Méndez, Pedro (2004) “Los sistemas productivos regionales desde la perspectiva del análisis de redes” en *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, vol. 6, no. 3, <http://revista-redes.rediris.es>

Sturgeon, Timothy J. (2008), “Mapping integrative trade: conceptualizing and measuring global value chains”, *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, Vol. 1, no. 3, pp. 237-257.

Swedberg, Richard (1997) “New Economic Sociology: What Has Been Accomplished, What Is Ahead?”, *Acta Sociologica*, no. 40, pp. 161-182.

Vandergeest, Peter, S. Ponte, S. Bush (2015), “Assembling sustainable territories: space, subjects, objects, and expertise in seafood certification”, *Environment and Planning A*, v. 47, pp. 1907-1925.