



Septiembre 2019 - ISSN: 2254-7630

## EL COMERCIO JUSTO DE LOS PRODUCTOS ORIGINARIOS PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y SUSTENTABLE EN SANTA MARÍA YUCUHITI, TLAXIACO, OAXACA, MÉXICO

**Omar Jiménez Márquez<sup>1</sup>**

Instituto Tecnológico de Tlaxiaco  
omarjim\_80@hotmail.com

**Audel Rolando Pérez García<sup>2</sup>**

Instituto Tecnológico de Tlaxiaco  
tlaxmen660@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Omar Jiménez Márquez y Audel Rolando Pérez García (2019): "El comercio justo de los productos originarios para el desarrollo socioeconómico y sustentable en Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, México", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (septiembre 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/09/desarrollo-socioeconomico-mexico.html>

### RESUMEN

El comercio justo es una alternativa para acceder a los consumidores que valoran el esfuerzo y trabajo de los productores, con esquemas de comercialización transparentes y socialmente responsables, con la comunidad en la que están inmersos al garantizarse un pago justo por los productos originarios, otros aspectos importantes son la no discriminación, condiciones de trabajo con las medidas de seguridad para garantizar el bienestar de los trabajadores en el proceso de producción y respetando el equilibrio con el medio ambiente.

Para realizar el diagnóstico de los productos originarios de Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, México se emplearán herramientas de diagnóstico participativo con la metodología PEST (Factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos) y FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas); para el diseño organizacional, administrativo y legal, se retomará el marco institucional de Sistemas Normativos Internos (mejor conocido como usos y costumbres) propia de la comunidad; para la investigación de mercado se empleará la metodología establecida por Laura Fisher; para obtener la rentabilidad económica y financiera de la MiPyMe se aplicará el método de costeo directo.

**PALABRAS CLAVE:** *comercio-comercio justo-desarrollo social-productos originarios- medio ambiente-sustentabilidad-desarrollo socioeconómico-comercio global-investigación de mercado.*

<sup>1</sup> Profesor del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tlaxiaco, Licenciado en Administración de empresas adscrito al departamento de Ciencias Económico - Administrativas

<sup>2</sup> Profesor Titular del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tlaxiaco, Ingeniero en Sistemas Computacionales adscrito al departamento de Sistemas y Computación

## ABSTRACT

Fair trade is an alternative to access consumers who value the effort and their work, with transparent and socially responsible marketing schemes with producers and the community in which they are immersed by guaranteeing a fair payment for the original products, other aspects important are non-discrimination, working conditions with safety measures to ensure the welfare of workers in the production process and respecting the balance with the environment.

To carry out the diagnosis of products originating in Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, Mexico, participatory diagnostic tools will be used with the PEST methodology (Political, Economic, Social and Technological Factors) and SWOT (Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats); for the organizational, administrative and legal design, the institutional framework of Internal Normative Systems (better known as uses and customs) characteristic of the community will be resumed; for market research the methodology established by Laura Fisher will be used; In order to obtain the economic and financial profitability of the MiPyMe, the direct costing method will be applied.

**KEY WORDS:** *Commerce, fair Trade, originating products, environment, sustainability, socioeconomic development, global trade, market research.*

## 1.- INTRODUCCIÓN

Nace en los años 60 el comercio justo como un movimiento para combatir los altos índices de pobreza, de esa fecha hasta hoy en día, sus principios no han cambiado pues busca el desarrollo de las comunidades que producen productos originarios que están en situación de pobreza, a través de la comercialización de sus productos en canales de distribución y esquemas de fácil acceso a los mercados internacionales con condiciones justas y equitativas.

El comercio justo es un movimiento promovido internacionalmente y está documentado en la carta de los 10 principios del comercio de la Organización Mundial del Comercio Justo, que deben cumplir las organizaciones interesadas en la práctica del comercio justo, con una visión integradora abordando factores sociales, económicos y de desarrollo sustentable, contribuyendo con el desarrollo socioeconómico de las unidades productoras y los habitantes de su entorno comprometidos con los problemas globales del planeta. (Fairtrade International, 2019)

Para que una comunidad u organización estén dentro de este esquema de comercio justo requiere que cumplan con los principios establecidos como son oportunidades para productores desfavorecidos, transparencia y responsabilidad, prácticas comerciales justas, pago justo, no al trabajo infantil, no al trabajo forzoso, no a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación, buenas condiciones de trabajo, desarrollo de capacidades, promoción del comercio justo, respeto al medio ambiente, establecido por la Organización Mundial del Comercio Justo. (Organización Mundial del Comercio Justo, 2019).

Para los productores de productos originarios, el comercio justo de sus productos es una alternativa para acceder a los consumidores que valoran el esfuerzo y su trabajo, con esquemas de comercialización transparentes y socialmente responsables con los productores y la comunidad en la que están inmersos al garantizarse un pago justo de los productos originarios, otros aspectos importantes son la no discriminación, condiciones de trabajo seguras con las medidas de pertinentes para garantizar el bienestar de los trabajadores en el proceso de producción y respetando el equilibrio con el medio ambiente.

El comercio justo no solo contribuye con los productores y la comunidad, sino pone a disposición del consumidor productos que en su proceso ha respetado las condiciones laborales dignas, respetando los derechos de los trabajadores y el medio ambiente. En México este movimiento ha coadyuvado que pequeños productores agrícolas y artesanos mejoren sus condiciones de vida accediendo a consumidores que valoran el esfuerzo, la diferenciación, las garantías sociales y ambientales que respaldan su sistema de producción. El comercio justo inició en México a finales de la década de los 80 derivado de la poca certeza y la inestabilidad del precio de los productos originarios como el café, cacao, té, azúcar, miel y frutas de los estados del sureste mexicano. (twenergy.com Una iniciativa de Endesa por la eficiencia y la sostenibilidad, 2019).

En este modelo de negocio del comercio justo de productos originarios, para que tenga éxito requiere de un segmento de mercado con conciencia e informado acerca de las condiciones de las comunidades, el proceso de producción, de las condiciones laborales y ambientales resulta esencial para la comercialización de los productos originarios al tener mayor disposición de compra por parte de los consumidores, premiando las mejores prácticas comerciales, más justas para los productores y más responsables con el medio ambiente.

## **2.- JUSTIFICACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN YUCUHITI**

El estado actual de los recursos, pérdida de biodiversidad, erosión de suelos para cultivo, agua, atmosfera contaminadas y el cambio climático, son ya una problemática a nivel de planeta. En todo el mundo, hay una serie de hechos que han demostrado que los desequilibrios en los ecosistemas son consecuencia principalmente por los intereses de los corporativos mercantilistas a nivel global a través de la apropiación y extracción de los recursos naturales y bienes colectivos con un claro y sólido respaldo de organismos como la Organización Mundial de Comercio (OMC). Las grandes multinacionales hoy no solo dominan los mercados mundiales sino que han mostrado el mínimo interés en las necesidades propias de nuestros pueblos originarios, en su cultura, se ha incluso negado el reconocimiento a un conjunto de personas que viven en las comunidades como los campesinos, los grupos étnicos quienes poseen sus propios procesos de vida, formas de organizar su colectividad, modos particulares de provisión de necesidades, recursos y bienes, ya sea en el contexto social o económico, demostrando no solo su funcionalidad sino su pertinencia particularmente en el contexto ambiental, aún en los tiempos actuales de avances tecnológicos.

Sin embargo, debido al dominio de un conocimiento hegemónico, implícitos en procesos productivos estandarizados y aplicados en todo el mundo, los saberes comunitarios han quedado invisibles y con riesgo de perderse. Muchos de esos conocimientos deberían además de rescatarse, protegerse y replicarse como formas particulares para la protección de la vida, de los bienes comunes, la cultura y la biodiversidad, deberían concebirse como un patrimonio de los pueblos, lo que no necesariamente implica minimizar los avances científicos y tecnológicos.

Por otro lado, la soberanía alimentaria y económica implica poner el derecho de las personas y de las comunidades a alimentarse y producir alimentos por delante de los mercados y los productores locales, en contra posición a la producción para la exportación y a la importación de alimentos que perjudican la economía doméstica de los campesinos.

En el contexto económico los productores de las comunidades cuando buscan comercializar sus productos, se ven en desventajas frente al comercio global, ya que los pequeños productores al utilizar técnicas y procedimientos no tecnificados, la ubicación y orografía de su lugar de origen, las distancias a centros para intercambio comercial, la falta de información, la

limitación de la lengua respecto al lenguaje universal que la hegemonía ha establecido como estándar en la que se divulga el conocimiento e información sobre procesos de producción, y comercialización, se convierte en una barrera para la interpretación del cómo funciona la oferta y demanda de los productos. Esto los ha hecho vulnerables a tener que vender sus productos a más bajo costo para poder estar en las condiciones de oferta y demanda dictadas por el modelo económico capitalista. Como contraparte el comercio justo ha surgido como una forma de coadyuvar al desarrollo comunitario, en la que se promueve una forma de economía solidaria y que fomenta la empresa comunitaria, la formación de cooperativas, la asociación de grupos de productores con el fin de elevar su bienestar. Sin embargo y aunque el comercio justo ha tenido aceptación en algún sector de consumidores, las estadísticas de ventas provenientes de este modelo de comercio no han despuntado fuertemente, algunas de las razones son, que las sociedades con economías dominantes además de poseer capacidad de tener acceso a las redes de conocimiento, viven cerca de los espacios estratégicos comerciales, sumada a la capacidad de poder ofrecer una gama de productos tecnológicamente más arropados y con una calidad destinada al grupo de consumidores que buscan resolver sus necesidades de manera rápida y económica, que la economía local no puede satisfacer.

Por otro lado, en México al igual que en los demás países de América latina los campesinos y pequeños productores pertenecientes al sector primario, han sido los más afectados por el sistema económico internacional y por las políticas neoliberales, particularmente después de la crisis de los años 70's y hasta la actualidad, una gran cantidad de campesinos han estado abandonando las prácticas agroalimentarias, porque sus productos no pueden competir con el mercado multinacional, además de que sus productos para salir al mercado deben pasar por intermediarios quienes manipulan los precios, sin duda; quienes padecen el mayor efecto derivado de este sistema capitalista, son los campesinos que viven en zonas catalogadas como zonas marginadas por los indicadores de Desarrollo Humano.

La Región Mixteca ubicada en el Suroeste de Oaxaca, subdividida en 155 municipios y 2098 localidades de las cuales el 77.4 % de la región vive en espacios rurales pequeños y dispersos. La Región presentó un rezago de 57 % en 2015, predomina la población indígena de los grupos: Mixteca, Chocholteca y Triqui, en términos de producción regional es el maíz el producto que registra una mayor contribución del 46 %, seguido del frijol con 16 % y la calabacita con 11 %.

Los municipios de la región Mixteca se ubican en zonas denominadas Mixteca baja y Mixteca alta, se describirá a continuación el Municipio objeto de este estudio.

El Plan Municipal de Santa María Yucuhiti 2017-2019 es un instrumento rector que plasma la visión de desarrollo local, resultado de una serie de asambleas, talleres participativos en cada una de sus localidades para tomar en cuenta sus necesidades, en donde participó la población, autoridades locales, grupos de productores, ejidatarios y comuneros.

El documento describe 32 estrategias que derivan 80 programas y proyectos que indican la problemática resolver y las localidades involucradas y el número de personas beneficiadas. En este sentido se han identificado las estrategias y proyectos que podrían potencializarse en un modelo de comercio justo.

#### **4.- DESARROLLO**

Los productores locales de Santa María Yucuhiti han comercializado sus productos de manera local en los tianguis comunitarios, sin estrategia ni valor agregado, que los posicione en el mercado atractor de productos artesanales del comercio justo. Ante esta problemática un grupo

multidisciplinario de investigadores del Instituto Tecnológico de Tlaxiaco han iniciado con la integración de una propuesta que, basada en diversos estudios, respalde la puesta en marcha y el desarrollo de la actividad comercial mediante una MiPyMe con enfoque justo y sustentable.

Esta propuesta está alineada a la agenda 2030 de la ONU y el Plan Municipal de Desarrollo de Santa María Yucuhiti, incidiendo en la reducción de los índices de pobreza, la desigualdad, la injusticia, la preservación de los recursos naturales para las generaciones futuras; contribuyendo en el buen vivir de la comunidad una vez que adopten la comercialización sustentable y justa.

Para que se logre el comercio justo de los productos originarios y el Desarrollo Socioeconómico y Sustentable de Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, se requiere del diseño de un modelo de negocio para la MiPyMe de productos originarios, de acuerdo a las siguientes etapas:

- Identificar los productos que se producen en el Municipio y su potencial de comercialización.
- Realizar el diseño organizacional, administrativo y legal, con fundamento en los usos y costumbres de la Región para el desarrollo de la MiPyMe.
- Realizar estudio de mercado para determinar la demanda potencial de los productos originarios y darles valor agregado de comercio justo.
- Integrar la estrategia comercial, que incluya cumplimientos de los requisitos de comercio justo, las herramientas publicitarias, promocionales y publicirrelacionistas para mantener comunicación con los clientes.
- Determinar la viabilidad económica y financiera, para el costo de la inversión y el periodo de recuperación de la inversión.

La metodología a utilizar será la investigación participativa de base comunitaria (IPBC), con herramientas de diagnóstico participativo, dichas herramientas serán empleadas por las características propias de los productores para facilitar la obtención confiable de la información e identificar el contexto generando un clima de apropiación y colaboración de los productores con el modelo de comercio justo, asegurando la comercialización y el pago justo de sus productos.

En seguida se empleará el análisis PEST, para obtener información relacionada con las variables del Sistema Político, la legislación, la situación económica, la educación, esto con la finalidad de obtener información situacional del entorno del comercio de productos regionales con enfoque justo y sustentable dicha información se utilizará en el análisis FODA para determinar los aspectos internos y externos que puedan afectar, positiva o negativamente el diseño de un modelo de negocio de productos originarios y comercializarlos de manera justa; se describirán detalladamente los recursos humanos, recursos materiales, recursos financieros, recursos tecnológicos, con los que cuenta actualmente los productores de Santa María Yucuhiti, esto por la importancia de conocer las fortalezas al interior de la potencial actividad productiva y que facilitará el logro de los objetivos, al mismo tiempo se conocerán sus limitaciones o debilidades que impidan el alcance de los objetivos de la creación de una MiPyMe de comercio justo. En consecuencia, el análisis de los factores externos permitirá obtener ventajas competitivas, así como analizar las condiciones u oportunidades del entorno de la actividad productiva que puedan beneficiar el comercio justo de productos originarios; además como las tendencias del contexto que en cualquier momento que sean perjudiciales y que constituyan las amenazas.

Para poder realizar el diseño organizacional, administrativo y legal, con fundamento en los usos y costumbres de la región para el desarrollo del modelo de negocio. Se realizará la investigación documental en escritos propios de la organización comunitaria, se realizarán

conversaciones libres con los productores, se empleará el método de observación directa para registrar las formas de organización del proceso productivo actual de los productos regionales; lo anterior con la finalidad de obtener las bases organizacionales y administrativas bajo las cuales se estructurará la creación y la administración del modelo de la MiPyMe de comercio justo.

Para la investigación de mercado se seguirá la metodología propuesta por Laura Fischer y Jorge Espejo en su libro "Investigación de Mercados, un enfoque práctico", en el que propone una metodología propia para las variables del mercado mexicano, cuya característica es sistemática y objetiva, que permita la identificación, obtención, registro, análisis, presentación y distribución de datos e información acerca de una situación específica de mercadeo que enfrenta los productores de Santa María Yucuhiti, con el propósito de mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas y/o la identificación de oportunidades de mercado de comercio justo. Posteriormente se determinarán las fuentes secundarias de información, para complementar los datos requeridos para la creación de administración de la MiPyMe comercializadora de productos originarios, como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, la Secretaría de Economía y el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas.

En la obtención de datos sobre el giro de la actividad comercial de productos originarios con contenidos regionales, se empleará el método estadístico probabilístico propuesto por Laura Fischer, lo cual brindará información objetiva y oportuna en la integración de la estrategia comercial, misma que empleará la mezcla mercadológica constituida por estrategias de producto, fijación de precios, de comercialización y de comunicación mercadológica.

Para el costo de la inversión y el periodo de recuperación, el método que se utilizará para obtener la viabilidad económica y financiera del modelo de negocio de productos originarios, es de costeo directo por medio de razones financieras y los indicadores del Banco de México.

Todas las fases anteriores se requiere de la participación de los integrantes del grupo de investigadores del Instituto Tecnológico de Tlaxiaco y los productores comunitarios.

Para llevar a cabo el proyecto de investigación se cuenta con un convenio de colaboración con el Municipio de Santa María Yucuhiti con el objetivo de coadyuvar con el desarrollo de la propuesta, facilitando el acceso a los lugares estratégicos de estudio y la recopilación de información de campo, que hará el grupo de investigadores y los estudiantes en los espacios curriculares respectivos.

Adicionalmente en este proyecto se contemplarán actividades específicas que brindarán información necesaria para el diseño de un modelo de negocio para comercializar productos originarios, partiendo de la situación actual, estrategias de promoción, diseño organizacional, administrativo y legal, lo cual nos llevará a determinar la factibilidad social y económica para su puesta en marcha.

## **5.- IMPACTO O BENEFICIO**

El impacto o beneficio de esta propuesta será para los productores del municipio de Santa María Yucuhiti y sus comunidades, a través de la inclusión social en actividades productivas de comercialización de productos originarios y el proceso de producción artesanal, garantizando con ello la continuidad la soberanía económica.

Fomentar la conciencia social de los pobladores en la preservación y uso sustentable de los ecosistemas endémicos de la región, fortaleciendo la economía local mediante la creación de MiPyMe y fuentes de empleo que se traducirá en el buen vivir de su población, el modelo de negocios de comercio justo se apegará a las condiciones culturales, sociales, económicas y políticas de los pobladores del municipio que respete su cultura y organización social.

## 6.- RESULTADOS

Como parte de la vinculación con el municipio de Santa María Yucuhiti Tlaxiaco del estado de Oaxaca, México, se iniciaron actividades partiendo del análisis del Plan Municipal proporcionado por las autoridades municipales, con el propósito de detectar las necesidades y prioridades de desarrollo de la comunidad. A partir de este primer acercamiento se detectaron en cinco estrategias, 9 proyectos potenciales a ser impulsados por el comercio justo, en consecuencia, se planearon actividades para hacer el reconocimiento de los productos plasmados en el plan municipal e identificar otros.

La metodología empleada es de carácter mixto, pues para la investigación cualitativa fue necesario realizar una investigación documental previa, para la obtención de información se usó la observación participante, empleándose los denominados Métodos Etnográficos. (Kawulich, 2005)

Se realizaron visitas guiadas a las comunidades que conforman el municipio y paralelamente a esto se realizó el dialogo intercultural entre comunidad y el equipo de investigación. Se realizaron además 3 reuniones con grupos organizados como los ejidatarios, representantes comunales en asambleas con autoridades y los productores. Además, se utilizó la entrevista guiada para obtener datos de cada una de las comunidades productoras de productos originarios.

Para el reconocimiento y ubicación de los lugares clave de producción se emplearon Sistemas de información Geográfica (SIG), registrados en bitácora de campo, otros recursos empleados fueron cámaras fotográficas, videos, audios y bitácoras de registro.

Derivado de lo anterior, en territorio del Municipio de Santa María Yucuhiti y sus Comunidades se pudo determinar, dentro de los productos con potencial de ser comercializados por el modelo de comercio justo están los beneficios del café orgánico de altura cultivado de manera artesanal en promedio 1700 msnm, la miel y sus subproductos con diversas tonalidades y sabores debido a la variedad de microclimas que posee el municipio, como se muestra en la figura 1; las prendas de vestir confeccionadas con hilos de lana y algodón por artesanos por medio de telar de cintura, las frutas y verduras de temporada, artesanías elaboradas a base de mármol, conservas y dulces regionales, los anteriores productos producidos por pequeños productores arraigados a su pueblo a sus costumbres, estas actividades son el sustento para sus hogares y la actividad económica del municipio, esta propuesta metodológica tiene como objetivo promover la importancia de la comercialización de los productos originarios de Yucuhiti, a través del comercio justo, para coadyuvar en el desarrollo social y conservación del medio ambiente.

**Figura 1:** Beneficio de café y Miel



Fuente: Elaboración propia

Desde la década de los años 60 comunidades del municipio de Santa María Yucuhiti potenciaron su producción de café orgánico de altura, anterior a esta fecha toda la producción se comercializaba un distribuidor que tenía el control de toda en la producción y de la región con malas condiciones de trato comercial generando para los productores poca remuneración por su producción. Posteriormente organizados en pequeñas unidades familiares todos estos años han realizado la plantación entre los árboles endémicos de su territorio manteniendo el equilibrio con la flora y fauna, el proceso de cultivo se realiza de manera artesanal con cuidados especiales para garantizar café orgánico con un sabor y aroma de calidad (figura 2).

La recolección la realizan los integrantes de la familia y trabajadores de municipios aledaños. Actualmente, aunque ya conseguido tener mejores condiciones comerciales por el café que cultivan evitando el intermediarismo todavía no han conseguido tener un pago justo porque al segmento de mercado al que enfocan actualmente el producto no es consciente de su calidad, el esfuerzo físico e intelectual invertido en su producción y tampoco valoran la importancia económica que el café tiene en la comunidad. Por tal motivo esta propuesta de modelo de comercio justo busca de manera definitiva posicionar a los productos originarios de Yucuhiti en los mercados internacionales de comercio justo, que se traduzca en mejores condiciones para los productores y sus familias. Como parte de este trabajo de investigación mediante visitas y técnicas de diagnóstico participativo se obtuvieron los siguientes resultados como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1:** *Productos originarios*

DESCRIPCIÓN	
Café	Mango
Frijol	Durazno
Quelite	Gladiolas
Calabaza	Alcatraces
Chilacayote	Tulipanes
Maíz	Rosas
Plátano	Bromelias
Guayaba	Telar de cintura
Papaya	Bolsas de cintura

Fuente: Elaboración propia

Como parte de los recorridos por las parcelas de los pequeños productores de café se pudo constatar todo su proceso de comercialización, se pudo conocer cómo se realiza el semillero, la trasplantación de la planta en bolsas, sembrado de la planta en la tierra esterilizada, recolección, del corte de café, secado del café en pergamino, tostado de café de forma artesanal mediante la utilización de comal de barro a fuego de leña, el proceso de molido en el metate, hasta obtener el café en polvo listo para degustar de una deliciosa taza de café garantía de calidad.

Otro producto originario con mucho potencial es la miel y sus subproductos, producido en muchos de los casos con una simbiosis con las parcelas de café, esto quiere decir que dentro del bosque hay plantas endémicas, plantaciones de café y colmenas de abejas que recolectan el néctar de la floración del mismo bosque teniendo como resultado miel con diversas



tonalidades de sabores y colores dadas por las distintas temporadas de floración y las altitudes en las que se encuentran ubicadas, teniendo diversas extracciones de miel durante el año, porque los microclimas y su orografía del municipio de Yucuhiti propicia la floración de manera constante (figura 2). La miel es uno de los principales productos mexicanos de mayor exportación a la comunidad europea seguida de Bebidas alcohólicas (cerveza, tequila) los principales países receptores de la miel de este producto son Alemania, Reino Unido y Bélgica, ante la preferencia arancelaria y la oportunidad de mercado es muy atractiva su comercialización bajo el comercio justo.

**Figura 2:** Planta de café entre árboles frutales



Fuente: Elaboración propia

El Municipio de Santa María Yucuhiti es un pueblo originario perteneciente al grupo étnico de los mixtecos que ha conservado a través de los años su cultura y costumbre, como parte de ese legado esta la vestimenta típica que portan las mujeres en ocasiones especiales, este tipo de vestimenta es confeccionada por las artesanas con hilos de lana y algodón de producción propia, el proceso de prendas de vestir huipiles, blusas, faldas, camisas y accesorios se realiza con telar de cintura, con decoraciones de diversos colores, figuras de plantas y animales (figura 3), además de utilizar las prendas para uso propio, parte del excedente lo destinan a la comercialización en el mercado regional con grandes dificultades y a precios injustos.

**Figura 3:** Artesanas de telar de cintura.



Fuente: Elaboración propia

Por las condiciones climatológicas y la biodiversidad del municipio de santa María Yucuhiti se cultivan en pequeñas huertas frutas de temporada con abonos orgánicos como son los plátanos, los duraznos, chayotes, chilacayotes, los cítricos y un tipo de zarzamora silvestre, la producción de estas frutas se destinan al mercado local y regional (figura 4).

**Figura 4:** Productos originarios.



Fuente: Elaboración propia

### **Bibliografía**

- Fairtrade International. (29 de marzo de 2019). *comerciojusto.org*. Obtenido de <http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2017/09/Comercio-Justo-y-ODS.pdf>
- Kawulich, B. B. (01 de enero de 2005). *www.qualitative-research.net*. Recuperado el 08 de abril de 2019, de [www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewFile/466/999](http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewFile/466/999)
- Organización Mundial del Comercio Justo. (28 de MARZO de 2019). *Organización Mundial del Comercio Justo*. Obtenido de <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios-comercio-justo/>
- twenergy.com Una iniciativa de Endesa por la eficiencia y la sostenibilidad. (29 de marzo de 2019). <https://twenergy.com>. Obtenido de <https://twenergy.com/mx/a/iniciativas-de-comercio-justo-en-mexico-2344>