



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS VERACRUZ

POSTGRADO EN AGROECOSISTEMAS TROPICALES

**PERSPECTIVAS DEL ESQUEMA DE COMERCIO
JUSTO DE LA CAFETICULTURA EN LAS ALTAS
MONTAÑAS DEL ESTADO DE VERACRUZ,
MÉXICO**

ÉRIKA MARÍA GASPERÍN GARCÍA

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTORA EN CIENCIAS

TEPETATES, MANLIO FABIO ALTAMIRANO, VERACRUZ, MÉXICO.

2022



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

La presente tesis, titulada: **Perspectivas del esquema de Comercio Justo de la cafeticultura en las Altas Montañas del Estado de Veracruz, México**, realizada por la alumna: **Erika María Gasperín García**, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

DOCTORA EN CIENCIAS
AGROECOSISTEMAS TROPICALES
CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERO



Dr. Diego Estéban Platas Rosado

ASESOR




Dr. Juan Lorenzo Reta Mendiola

ASESORA



Dra. Rosa Isela Castillo Zamudio

ASESOR



Dr. Pedro Zetina Córdoba

Tepetates. Manlio Fabio Altamirano, Veracruz, México, 08 de abril del 2022

**PERSPECTIVAS DEL ESQUEMA DE COMERCIO JUSTO DE LA
CAFETICULTURA EN LAS ALTAS MONTAÑAS DEL ESTADO DE
VERACRUZ, MÉXICO**

Erika María Gasperín García, Dra.

Colegio de Postgraduados, 2022

RESUMEN

El Comercio Justo (CJ) es considerado como una alternativa de comercio que promueve una relación comercial justa entre productores y consumidores, en donde el café es el producto más importante dentro del movimiento. El objetivo de esta investigación fue analizar las perspectivas de la cafeticultura en las Altas Montañas del estado de Veracruz, México. Se planteó un enfoque epistemológico mixto, en donde se usaron las técnicas de la entrevista y la observación participante. La red de valor de CJ tiene como actores principales a los productores y los clientes, ya que de ellos depende todo el flujo económico y posicionamiento del café a nivel internacional, por lo tanto es necesario que los demás actores generen valor para que puedan eficientizar la red de CJ. Por otro lado, los productores, aún con la implementación del CJ tienen baja Calidad de Vida (CV) en relación a: educación (primaria), el ingreso no es el adecuado (requieren ingresos extra finca y con un ingreso promedio anual neto de MEX\$9,000 a \$25,000), el costo de la salud se incrementó (por pandemia COVID-19) y se carece de una alimentación apropiada (19 a 25 comidas por mes). Además, existe inseguridad y desconfianza en las autoridades gubernamentales, por tanto, los productores se han adaptado a vivir y convivir en estos contextos adversos, pues a pesar de ello valoran la vida en comunidad, las relaciones intrafamiliares y su entorno (cafeticultura). En relación al empoderamiento de la mujer se considera que su papel es preponderante en la producción de café, empero, principalmente cuando tienen el derecho sobre las tierras, de lo contrario, su participación es media en comparación con la contribución que tiene el hombre en el sector. Los resultados permitieron identificar elementos importantes para diseñar una estructura que contribuya a mejorar las condiciones de los productores de CJ.

Palabras clave: Fairtrade, organizaciones cafetaleras, calidad de vida, empoderamiento y Agroecosistemas cafetaleros

**PERSPECTIVES OF THE FAIR TRADE SCHEME IN THE HIGH MOUNTAIN
COFFEE CULTURE OF THE STATE OF VERACRUZ, MEXICO**

Erika María Gasperín García, Dra.

Colegio de Postgraduados, 2022

ABSTRACT

Fair Trade (FT) is considered as a trade alternative that promotes a fair trade relationship between producers and consumers, where coffee is the most important product within the movement. The objective of this research was to analyze the perspectives of coffee growing in the High Mountains of the state of Veracruz, Mexico. A mixed epistemological approach was proposed, where interview techniques and participant observation were used. The FT value network has producers and customers as its main actors since the entire economic flow and positioning of coffee at an international level depends on them, therefore it is necessary for the other actors to generate value so that they can make the production more efficient. CJ network. On the other hand, the producers, even with the implementation of FT, have a low Quality of Life (QoL) concerning: education (primary), income is not adequate (they require extra-farm income and with an average net annual income from MEX\$9,000 to \$25,000), the cost of health has increased (due to the COVID-19 pandemic) and there is a lack of proper nutrition (19 to 25 meals per month). Also, there is insecurity and distrust in government authorities, therefore, producers have adapted to live and coexist in these adverse contexts, because despite this they value life in community, intra-family relationships, and their environment (coffee growing). About the empowerment of women, it is considered that their role is preponderant in coffee production, however, mainly when they have the right to land, otherwise, their participation is average compared to the contribution that men have in the sector. The results allowed identifying important elements to design a structure that contributes to improving the conditions of FT producers.

Keywords: Fairtrade, coffee organizations, quality of life, empowerment and coffee Agroecosystems

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso: gracias por su infinita misericordia y amor, por colmar mi vida de bendiciones y oportunidades, por brindarme en todo momento la tenacidad para cumplir con todas las actividades del doctorado.

A mi madre: por educarme en el amor y formarme como una mujer de fe, valiente, trabajadora y responsable, lo que me ha ayudado a lo largo de mi vida profesional y personal para alcanzar cada uno de mis sueños.

A mi esposo Carlos: por su amor, soporte, comprensión y paciencia, por ser la persona que me motivaba para seguir en el camino, gracias por darme motivos para continuar y no claudicar.

¡Gracias por ser mi compañero de vida y estar junto a mí, en cada momento de alegría y angustia de este proceso!

¡Este logro también es tuyo! y por supuesto...

¡Para la hermosa familia que hemos formado juntos!

A mis hijos: Carlos y Emilio por ser la inspiración de mi vida, el motor que me impulsa cada día a ser mejor persona y profesional. Quiero que sepan en un futuro que las ausencias, siempre han sido para estar mejor como familia y así, les pueda brindar lo mejor de mi ser cuando estemos juntos...

A toda mi familia: Gasperín García y Rojas Ortega, porque siempre encontré en ustedes apoyo y soporte para continuar con este proyecto de vida.

AGRADECIMIENTOS

Al generoso pueblo de México: por otorgar becas a maestros que tengan la firme convicción de seguir mejorando en su práctica profesional, en específico a la Secretaría de Educación Pública, a través de la beca del Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP).

A la Universidad Politécnica de Huatusco: por facilitar los procesos para la obtención de la beca y proporcionar los permisos laborales para que pudiera dedicar el tiempo adecuado a mis estudios doctorales, en especial al Dr. Pedro Zetina Córdoba quien fue artífice para que todo este proceso se llevará a cabo, gracias a su constancia, gestión y motivación para continuar.

Al Colegio de Postgraduados campus Veracruz, por su cálida atención en el tiempo que estuve, por su amabilidad y disponibilidad de ayuda, tanto a profesores, personal Administrativo, de servicios y compañeros estudiantes.

A mi consejo particular:

Dr. Diego Esteban Platas Rosado por sus atenciones, asesorías, paciencia y comprensión infinita.

Dr. Juan Lorenzo Reta Mendiola por su entusiasmo, comentarios y asesorías siempre tan atinadas.

A la Dra. Rosa Isela Castillo Zamudio por su comprensión, apoyo total y disposición para trabajar de manera colaborativa.

Al Dr. Pedro Zetina Córdoba por el respaldo que siempre demostró a lo largo de mis estudios, por su entusiasmo y motivación en tiempos difíciles.

¡Gracias, estimado consejo particular por siempre estar disponibles y atentos en brindar consejos que me impulsaran a lograr mis objetivos bajo el mejor de los escenarios!

Al Dr. Julio Vilaboa Arroniz: por ser una persona que con gran calidez humana y amplia trayectoria profesional, siempre tuvo la disposición y entusiasmo para guiarme y asesorarme en el desarrollo de mi trabajo de investigación.

A las organizaciones de pequeños productores cafetaleros, por su comprensión y paciencia.

¡Sin todos ustedes, este trabajo no se hubiera podido llevar a cabo! ¡Gracias totales!

CONTENIDO

RESUMEN	iii
ABSTRACT.....	iv
LISTA DE CUADROS.....	ix
LISTA DE FIGURAS.....	x
SIGLAS Y ACRÓNIMOS.....	xi
INTRODUCCIÓN GENERAL	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	3
HIPÓTESIS GENERAL.....	6
OBJETIVO GENERAL.....	6
REVISIÓN DE LITERATURA	7
Marco teórico conceptual.....	7
Enfoque de pensamiento estructural funcionalista	7
Enfoque de agroecosistemas	8
Teoría General de Sistemas	9
Teoría de la economía campesina	9
Modelo teórico de la investigación	11
El agroecosistema cafetalero.....	12
El concepto de Comercio Justo.....	14
El concepto de red de valor.....	16
El concepto de calidad de vida.....	18
El concepto de empoderamiento.....	18
LITERATURA CITADA	19
CAPÍTULO I. ACIERTOS Y CONTRADICCIONES SOBRE EL COMERCIO JUSTO: ALGUNAS REFLEXIONES	26
1.1 RESUMEN	26
1.2 ABSTRACT.....	26
1.3 INTRODUCCIÓN	27
1.4 Antecedentes del Comercio Justo (CJ)	28
1.5. ¿Qué es el Comercio Justo?	30
1.6. Objetivos del Comercio Justo	32
1.7. Misión y visión del comercio justo	33
1.8. Principios del comercio justo.....	34
1.9. DISCUSIÓN	35
1.10 CONCLUSIONES	41

1.11 LITERATURA CITADA	41
CAPÍTULO II. RED DE VALOR DEL CAFÉ (Coffea arabica): PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS PARA UN CASO DE ESTUDIO EN VERACRUZ	47
2.1 RESUMEN	47
2.2 ABSTRACT	48
2.3 INTRODUCCIÓN	49
2.4 MATERIALES Y MÉTODOS	51
2.5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
2.6 CONCLUSIONES	63
2.7 LITERATURA CITADA	63
CAPÍTULO III. CALIDAD DE VIDA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN LAS ALTAS MONTAÑAS DE VERACRUZ, MÉXICO.....	66
3.1 RESUMEN	66
3.2 ABSTRACT	67
3.3 INTRODUCCIÓN	68
3.4 BASES TEÓRICAS-CONCEPTUALES	69
3.5 METODOLOGÍA	72
3.6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	74
3.7 CONCLUSIONES	82
3.8 LITERATURA CITADA	83
CAPÍTULO IV. EMPODERAMIENTO DE LA MUJER EN EL SECTOR CAFETALERO DE LA REGIÓN ALTAS MONTAÑAS, VERACRUZ, MÉXICO	89
4.1 RESUMEN	89
4.2 ABSTRACT	90
4.3 INTRODUCCIÓN	90
4.4 MATERIALES Y MÉTODOS	92
4.5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	93
4.6 CONCLUSIONES	99
4.7 LITERATURA CITADA	99
CONCLUSIONES GENERALES.....	102
ANEXO I Análisis de red de valor del Comercio Justo	106
ANEXO II Calidad de vida de los productores cafetaleros	108
ANEXO III: Empoderamiento de la mujer en el sector cafetalero.....	114

LISTA DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Objetivos e hipótesis específicas	7
Cuadro 1.1. Proceso del Comercio Justo	29
Cuadro 1.2. Impactos del Comercio Justo a nivel mundial.....	32
Cuadro 2.1. Principales clientes/importadoras de la URPPC.	53
Cuadro 2.2. Detalle de competidores directos de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café en el municipio de Huatusco, Veracruz	56
Cuadro 2.3. Pago mínimo del quintal de café Fairtrade lavado de cultivo convencional y orgánico	58
Cuadro 2.4. Pago mínimo del quintal de café Fairtrade natural de cultivo convencional y orgánico	58
Cuadro 3.1. Semáforo de indicadores para evaluar la CV subjetiva	73
Cuadro 3.2. Valoración subjetiva de los POR y PNO	79
Cuadro 4.1. Caracterización de la mujer cafetalera (MDP y EFP)	94

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Situación problemática de la investigación	5
Figura 2. Construcción del marco teórico-conceptual	11
Figura 3. Elementos conceptuales del agroecosistema cafetalero	14
Figura 4. Descripción de la cadena convencional y de Comercio Justo del café.....	16
Figura 5. Actores principales de la red de valor	17
Figura 2.1. Perfil de los productores de la URPPC (2021).....	54
Figura 2.2. Estructura de la red de valor del café de CJ de la URPPC (2021)	57
Figura 2.3. Problemas identificados en la red de valor de la URPPC (2021)	61
Figura 2.4. Alternativas de solución por los actores de la red de valor de la URPPC (2021).....	62
Figura 3.1. Modelo conceptual de agroecosistema cafetalero en la RAMVER.....	70
Figura 3.2. Aplicación de cuestionario a productores y productoras de café	74
Figura 3.3. Gráfica circular de la utilización de los alimentos	77
Figura 4.2. Valoración de las dimensiones del nivel del empoderamiento de las Mujeres MDP y EFP.....	96
Figura 4.3. Nivel de Empoderamiento de las Mujeres (MDP y EFP)	97
Figura 4.4. Valoración final del nivel del empoderamiento de las Mujeres (MDP y EFP)	97
Figura 4.5. Modelo integral para mejora del esquema de Comercio Justo.....	105

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

Sigla	Significado
AES	Agroecosistemas
CEDRSSA	Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y Soberanía Alimentaria
CJ	Comercio Justo
CONAVIM	Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres
COVID-19	Enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2.
FIRA	Fideicomisos Instituidos en Relación con La Agricultura
LDRS	Ley de Desarrollo Sustentable
ONU MUJERES	Organización de las Naciones Unidas destinada a fomentar el empoderamiento de la mujer y la igualdad de género.
PNO	Productores No Organizados
POR	Productores Organizados
REDCAFES	Red Nacional de Organizaciones Cafetaleras Sustentables A.C.
SADER	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural
URPPC	Unión Regional de Pequeños Productores de Café
WFTO	Organización Mundial de Comercio (por sus siglas en inglés).

INTRODUCCIÓN GENERAL

El café es uno de los productos comercializados más importantes en la economía mundial, después del petróleo (Contreras y Hernández-Martínez, 2008), el 80% de la producción nacional se enfoca a la exportación y 20% al mercado nacional (FIRA, 2019).

En junio del 2020, las exportaciones mundiales fueron de 10.57 millones de sacos, un 5.3% más bajas que las de junio 2019 y las efectuadas en los nueve primeros meses del año cafetalero 2019/2020 fueron de 95.36 millones de sacos, un 5.1% más bajas que las de ese mismo periodo. La mayoría de café sigue siendo exportado en forma de café verde, esto representa el 90.4% del total de café que se exportó entre octubre del 2019 y junio 2020. Las exportaciones de café soluble representaron el 9.1% del total, un aumento correspondiente a un punto porcentual con respecto al año anterior y las de café tostado representaron tan solo el 0.5%. Lo anterior contribuyó a un menor volumen de exportaciones, esta reducción del 2.9% en la producción mundial permeó en 168.01 millones de sacos (AMECAFÉ, 2022).

México ocupa la onceava posición dentro de los países productores de café en el mundo (SADER, 2018). La industria del café representa el 0.66% del Producto Interno Bruto (PIB) agrícola nacional; los tres principales estados productores son Chiapas (41%), Veracruz (24%) y Puebla (15%) (SAGARPA, 2017, SADER, 2018).

Con relación al valor económico que genera el sector cafetalero en el país Figueroa-Hernández *et al.* (2015) consideran que 3 millones de familias están involucradas en la cadena productiva, con lo cual se genera más de 900 millones de dólares por concepto de exportaciones y casi 1,600 millones de dólares del valor de la producción es generada en el mercado interno.

Además de ser de importancia para productores mexicanos, ya que es el sustento de miles de familias, tiene un gran impacto económico, ambiental, político y social en el estado de Veracruz, al ser el segundo productor a nivel nacional (López *et al.*, 2013).

Sin embargo, el sector cafetalero ha enfrentado una serie de crisis recurrentes, la primera desde los años 90's a causa de cambios estructurales en la oferta global y cuando los precios estuvieron cercanos a los 45 centavos de dólar por libra (Varangis y Siegel, 2003), lo cual no solo ha afectado el desempeño económico y social del sector, sino que también ha contribuido a empeorar las economías de las regiones donde se produce (Pérezgrovas y Celis, 2002). Es por ello que los pequeños productores encuentran cada vez más restricciones para acceder de manera efectiva hacia los mercados. Dentro de las dificultades se encuentran: 1) acceso limitado a los factores de

producción, 2) debilidades de su capital humano y social, 3) los costos y riesgos de transacciones elevados y 4) su débil poder de negociación ligado a una fuerte asimetría de información (Berdegué, 2000). Adicional a la variabilidad de los precios internacionales del café, se encuentra el retiro del Estado en el fomento de la producción, lo cual impacta de manera directa en rezago tecnológico, altos costos de producción, bajos rendimientos, pérdida de la calidad del café, descapitalización de los productores y la falta de control de la calidad (Mestries, 2006).

Ante estos problemas, algunos productores han adoptado diferentes estrategias para sobreponerse a los precios bajos del café (Escamilla *et al.*, 2013), entre ellas se encuentra la comercialización de café bajo la certificación de CJ, mismo que es considerado como una alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores (Fairtrade, 2021). De los productos comercializados bajo el sello del CJ, el café es uno de los que está firmemente establecidos en el mercado, considerado el producto más importante dentro del movimiento tanto en términos de volumen (80%) como en número de países involucrados (Renard, 2005).

Así, el CJ tiene la finalidad de mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y juega un papel significativo en la economía de México ya que representan la base productiva de miles de familias que viven de los ingresos generados del campo. Según datos planteados por Berlanga (2016) se tienen 961 mil productores con extensiones de tierra que no superan las 5 hectáreas, lo que representa el 73.2% del total de agricultores en general. Es por ello que el CJ en su concepción integral, permite a los pobres salir de la miseria y vivir con dignidad (Van der Hoff, 2011).

La presente tesis se desarrolló considerando al agroecosistema como un enfoque de investigación y método de estudio, lo anterior permite conocer e interpretar una parte de la realidad de los productores de café para proponer soluciones específicas a los problemas identificados. Por lo anterior, el objetivo principal de esta investigación es analizar las perspectivas del esquema de CJ en la cafecultura en las Altas Montañas del estado de Veracruz México, dentro del esquema del CJ, con el fin de determinar la situación actual del sector cafetalero, en relación a la red de valor, calidad de vida y empoderamiento de las mujeres productoras de café para el CJ.

El documento se integra a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC) de Recursos Naturales, Agroecosistemas y Cambio Climático (RENACC) y está compuesto por cuatro capítulos. El capítulo I integra una revisión de literatura sobre el concepto, objetivos,

principios, misión, visión, estructura y funcionamiento del CJ con el objetivo de analizar y generar discusión sobre los aciertos y contradicciones de este enfoque alternativo de mercadeo. El capítulo II analiza los actores estratégicos de la red de valor del café de CJ de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café, con el fin de identificar los problemas que inciden en la red y proponer posibles alternativas de solución que permitan una operación eficiente. En el capítulo III se determina la calidad de vida que presentan los productores organizados y no organizados en la región de las Altas Montañas de Veracruz, desde un aspecto subjetivo y objetivo y por último el capítulo IV presenta una caracterización del perfil y el nivel de empoderamiento de la mujer cafetalera de la zona de las Altas Montañas del estado de Veracruz para determinar el papel preponderante de la mujer en la producción de café en la región central de Veracruz.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El análisis de la situación problemática de la cafecultura de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz se esquematiza en la Figura 1. En ella, se visualiza el planteamiento del problema desde cuatro dimensiones: el aspecto sociocultural, económico, político y ambiental.

Los aspectos socioculturales de los cafecultores de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, presentan varias limitantes que impiden la expansión y crecimiento de la cafecultura, como la alta dependencia por recibir apoyos del gobierno, esto limita a que los productores no inviertan en sus cultivos si carecen de apoyos gubernamentales. Por otro lado, hay baja capacidad para trabajar de manera colectiva, ya que a pesar de que en la región existan organizaciones como la Red Nacional de Organizaciones Cafetaleras Sustentables A.C. (REDCAFES) y Unión Regional de Huatusco (Escamilla *et al.*, 2005), los productores no se unen para obtener mejores beneficios y en cambio prefieren el individualismo y comercializar de manera tradicional. Por otro lado, los productores no conocen ni reconocen los beneficios de estar organizados en cooperativas cafetaleras y buscar certificaciones para incursionar en mercados diferenciados, mismos que otorgan un sobre precio al grano como es el caso del café de CJ, que implica aspectos organizativos, equidad, justicia social e incluye también aspectos económicos y ambientales (Nava-Tablada, 2012). Otro aspecto relevante, son los temas de empoderamiento y equidad de género, que se ubica como un desafío para alcanzar la sostenibilidad en la cafecultura, ya que la mujer tiene muy baja participación en toda la cadena de valor a pesar de que contribuya en labores

campesinas (como la limpia del terreno, la siembra, el abonado etc.) y fortalezca el trabajo familiar en la producción del cafetal, le llaman “trabajo contribuyente” (Pedrero, 2012).

Desde el punto de vista económico, la producción de café es la principal fuente de ingresos para miles de familias veracruzanas, lo que supone que a mayor ingreso, mejor es la calidad de vida de las familias, la mayoría de los campesinos son pequeños productores y el cultivo es sostenido sobre el trabajo familiar, donde tanto la mujer como los hijos se ven inmiscuidos. (Bartra *et al.*, 2011). La comercialización se lleva a cabo en una cadena convencional, ya que al no contar con el equipo para el beneficiado, los pequeños productores venden su producción en café cereza a un bajo precio y este tiene que pasar por un alto número de intermediarios a lo largo de su procesamiento, lo que origina que los ingresos por cosecha sean bajos a comparación del café de CJ. En virtud de lo anterior, esto conlleva a que los pequeños productores tengan condiciones de vida limitadas. Por otro lado, las organizaciones de pequeños productores no han desarrollado capacidades organizativas ni de mejoras en aspectos administrativos y financieros, por lo que es importante su análisis.

En el aspecto ambiental, el cultivo y procesamiento del café origina impactos, entre los que se encuentran la deforestación, pérdida de biodiversidad, contaminación agroquímica, erosión del suelo y contaminación del agua por el proceso de beneficiado (Ruelas- Mojardín *et al.*, 2014). La zona central de Veracruz al contar con el bosque mesófilo de montaña o bosque de niebla, optan por cultivos de café bajo sombra, considerado “amigable con el ambiente” (Manson *et al.*, 2008). Según Anta (2006) este sistema proporciona servicios ambientales, tales como: captura de carbono, protección del suelo, recarga de los mantos acuíferos, valor paisajístico, entre otros. Además, la sombra de los cafetales, es compuesta por árboles (*Inga jinicuil* y/o *Inga leptoloba*) y arbustos (naranja, guayaba, plátano) que contribuyen a mantener la fertilidad del suelo, reduciendo la erosión y aportando una buena cantidad de materia orgánica producida por la hojarasca (Jiménez y Gómez, 1982). La producción de café de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, es en su mayoría de pequeños productores preocupados por sus tierras y la productividad que les retribuye. Sin embargo, no se debe dejar de lado el severo impacto ambiental que origina la tala de cafetales para cambio de cultivo o urbanización, alta incidencia de plagas y enfermedades que afectan la calidad del grano como el hongo de la roya (*Hermileia vastatrix*) (Aragón, 2006). Finalmente, en el aspecto político, se observa que los apoyos gubernamentales carecen de planificación integral, ya que las propias organizaciones que trabajan para el desarrollo económico,

ponen demasiadas restricciones para acceder a los apoyos gubernamentales que llegan a pocos productores. Tal es el caso del Programa Producción para el Bienestar 2020 (SADER, 2020), el cual consiste en un apoyo mediante el otorgamiento de subsidio directo al productor (cinco mil pesos mexicanos anuales) a través del programa Rescate al Sector Cafetalero; sin embargo, el apoyo otorgado no generó los resultados esperados ya que no viene acompañado de otros elementos esenciales como la capacitación, inversión y mercados (CEDRSSA, 2019; CEDRSSA, 2020), de los que eran partícipes las organizaciones de pequeños productores; además al ser una cantidad monetaria mínima que solo se utiliza para el gasto corriente o consumo inmediato, lo cual no genera un impacto a mediano o largo plazo en aspectos productivos.

En este sentido, hay organizaciones nacionales e internacionales como ONU MUJERES o CONAVIM, que promuevan la participación e integración de la mujer en los todos los sectores económicos que, por cuestiones de poder, política y favoritismo, no se vean los cambios, sino que solo se consideren como desafíos futuros.

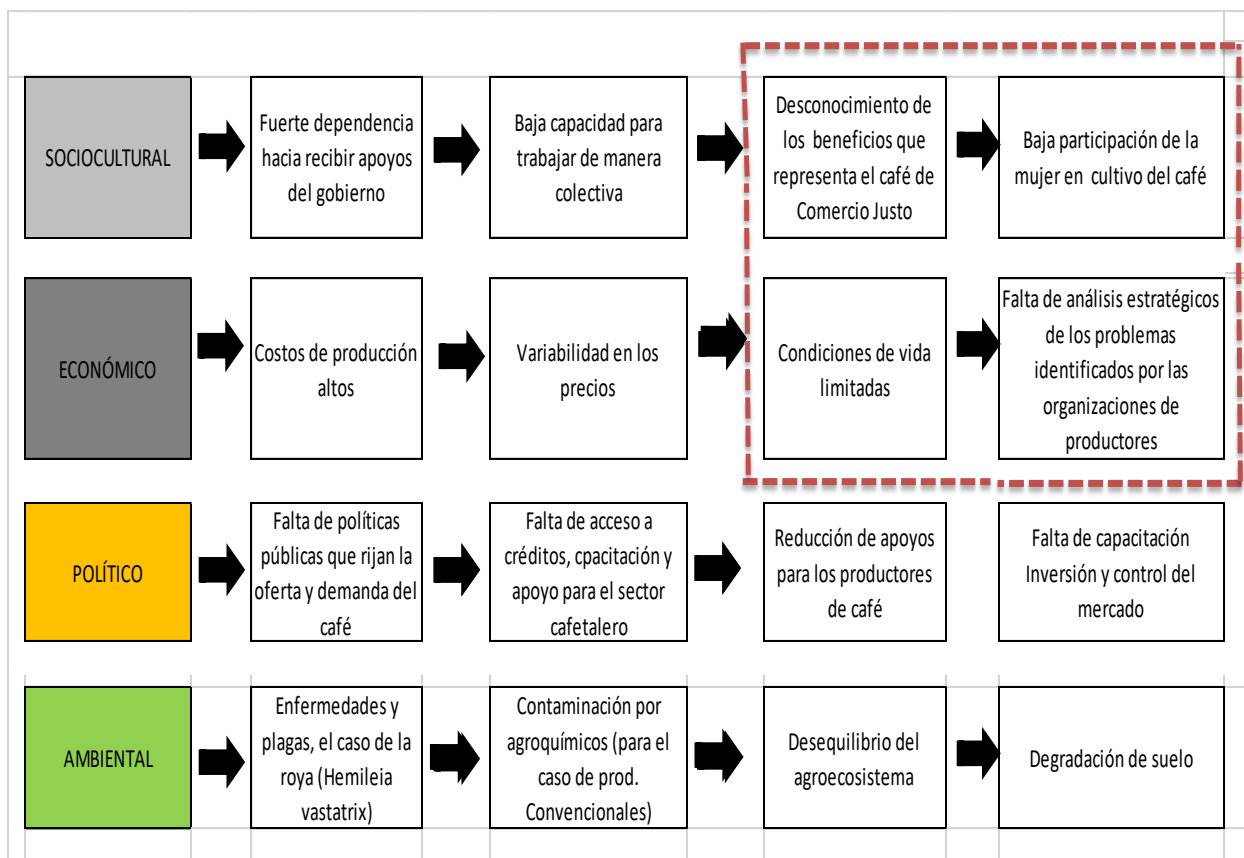


Figura 1. Situación problemática de la investigación

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo (2019).

Estas consideraciones ayudan a establecer las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta de investigación general:

¿Cuáles son las perspectivas del esquema de CJ en la cafecultura de las Altas Montañas?

Preguntas de investigación específicas:

P₁: ¿Cuáles son las características, los aciertos y contradicciones del esquema de CJ?

P₂: ¿Cuáles son las características de los actores estratégicos de la red de valor de la URPPC y sus problemáticas con el fin de proponer alternativas de solución para lograr una operación eficiente?

P₃: ¿Cómo es la calidad de vida de los pequeños productores de café de las Altas Montañas de Veracruz, desde el punto de vista objetivo y subjetivo?

P₄: ¿Cuál es la caracterización y el nivel de empoderamiento de la mujer cafetalera de la zona montañosa del estado de Veracruz?

HIPÓTESIS GENERAL

La producción de café bajo el esquema de CJ representa mayor beneficio a los productores, en la región de las altas Montañas de Veracruz, en cuanto al enfoque como red de valor, calidad de vida y empoderamiento de la mujer.

OBJETIVO GENERAL

Analizar las perspectivas de la cafecultura en las Altas Montañas del estado de Veracruz, México dentro del esquema del CJ.

Cuadro 1. Objetivos e hipótesis específicas

Objetivo específico	Hipótesis específica
O ₁ Analizar las características, aciertos y contradicciones del esquema de CJ.	N/A (es una revisión de literatura)
O ₂ Analizar los actores estratégicos de la red de valor de café de Comercio Justo de la URPPC para identificar los problemas y posibles alternativas de solución que permitan una operación eficiente.	H ₂ Los actores estratégicos de la red de valor de café de Comercio Justo de la URPPC interactúan entre sí y esto permite una operación eficiente.
O ₃ Determinar la calidad de vida de los productores de café en la región de las Altas Montañas, Veracruz, desde el punto de vista objetivo y subjetivo.	H ₃ El esquema de CJ permite una mayor calidad de vida en comparación con modelos tradicionales de producción de café.
O ₄ Caracterizar el perfil y el nivel de empoderamiento de la mujer cafetalera de las Altas Montañas del estado de Veracruz.	H ₄ El nivel de empoderamiento de la mujer va directamente relacionado con los derechos que tienen sobre las tierras

REVISIÓN DE LITERATURA

Marco teórico conceptual

Enfoque de pensamiento estructural funcionalista

El enfoque estructural funcionalista surge de la combinación del estructuralismo y el funcionalismo, corrientes del pensamiento social (Aberle, 1950; Levy, 1968) mismo que plantea que la sociedad se estructura como un sistema el cual debe satisfacer cuatro consideraciones para garantizar su permanencia: 1) adaptación al ambiente, 2) conservación del modelo y control de tensiones, 3) persecución de la finalidad y 4) integración. Con base a la función que ejerzan sus subsistemas para resolver estos problemas, éstos se comportarán como funcionales o disfuncionales; por lo que la sociedad cuenta con mecanismos capaces de regular los conflictos e irregularidades, estableciendo el equilibrio en el sistema.

Para esta investigación se consideró al gremio de pequeños productores de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz como un todo organizado que funciona gracias a los roles y jerarquías de cada individuo, en donde cada uno desempeña una actividad específica dentro de la

estructura social (las cooperativas cafetaleras). Con esto se pretende explicar que el sector cafetalero funciona de manera similar a una estructura que tiene disfunciones que impiden el crecimiento del sistema en general y funciones que son de relevancia para la continuidad, el crecimiento y la expansión del sector cafetalero.

Enfoque de agroecosistemas

El concepto de agroecosistema, originado de la teoría general de sistemas (Bertalanffy, 1976), misma que está compuesta por los vocablos agro y ecosistema; donde agro se refiere al campo o tierra entendidos como fuente de producción (Ruiz, 2006a), la cual se relaciona con agricultura entendida, según Hernández (1988) como la actividad donde el hombre en un ambiente determinado maneja los recursos disponibles de la naturaleza, la energía y la información, todo esto para producir los alimentos y materias primas que satisfagan sus necesidades.

La raíz eco (de ecosistema) es la interrelación e interacción entre los organismos y su ambiente con una finalidad (Ruiz, 2006b).

Altieri (1995) menciona que los conceptos de agroecosistemas (AES) y sistemas de producción (SP) son sinónimos cuando hace referencia a las actividades agrícolas que realiza un conjunto de personas. Por lo tanto, el agroecosistema se define como un área de estudio con ciertas propiedades o características que la diferencian de otras por encima de lo que puede ser un ecosistema natural (Mariaca, 1993), que depende del contexto de estudio y de la conceptualización que determine el investigador; puede tener una concepción espacio-temporal, cibernética, ecológica, modeladora y/o autopoiética, entre otras (García *et al.*, 2010); no obstante se considera como la unidad de análisis en distintos niveles jerárquicos donde el controlador del sistema (productor) es quien toma las decisiones sobre él mismo con base en aspectos socioeconómicos, culturales y agroecológicos que delimitan o definen su actuar (Conway, 1985; Conway & McCracken, 1990; Vilaboa *et al.*, 2006; Platas-Rosado *et al.*, 2017). Asimismo, Platas-Rosado *et al.*, (2016) define al agroecosistema como una unidad de estudio en diferentes niveles jerárquicos de sistemas de producción primaria del que se establece el manejo del hombre, mediante la adaptación, modificación e interacción con los recursos naturales para la producción de alimentos y servicios que requiere la sociedad, siendo así un proceso de producción histórica y socialmente determinado. Para la presente investigación se consideró al agroecosistema como “un enfoque de investigación y método de estudio que permite conocer e interpretar una parte de la realidad para proponer

soluciones específicas a problemas puntuales”, “no basta con describir la realidad, se necesita explicarla y transformarla”(Vilaboa *et al.*, 2009; Platas-Rosado *et al.*, 2017).

Asimismo, el enfoque de agroecosistemas se caracteriza por estar inmerso en la tradición epistemológica galileana ya que se interesa por el dominio de la naturaleza para lograr el progreso material (Mardones y Ursúa, 1994), todo esto por un intento para estudiar la realidad y proponer soluciones para mejorar los sistemas de producción y por consecuencia las ganancias del sector.

Teoría General de Sistemas

La Teoría General de Sistemas (TGS) fue propuesta por Bertalanffy (1976), es una disciplina que estudia un conjunto de elementos que interactúan unos con otros, misma que se caracteriza por su perspectiva holística e integradora entre las ciencias naturales y sociales (Valdivia, *et al.*, 2007) en donde lo importante son las relaciones y los conjuntos que a partir de ellas emergen. En la práctica, la TGS ofrece un ambiente adecuado para la interrelación y comunicación fecunda entre especialistas y especialidades, es un ejemplo de perspectiva científica (Arnold y Rodríguez, 1990). También es una disciplina que estudia un conjunto de elementos que interactúan unos con otros. Según Van Gigch (2007), entre los pensamientos relacionados con la TGS, se encuentran: a) el todo es más que la suma de sus partes, b) el todo determina la naturaleza de las partes, c) las partes no pueden comprenderse si se consideran de forma aislada del todo y d) las partes están dinámicamente interrelacionadas o son interdependientes.

Así, la TGS es un enfoque científico para representar la realidad; puesto que incorpora los principios de las disciplinas científicas tradicionales para resolver problemas complejos (Chechland, 1990).

Teoría de la economía campesina

A partir de los años 1940 y 1950 los antropólogos se pusieron a estudiar las comunidades campesinas, introduciendo la expresión “campesino” como un término genérico para designar a un grupo cuyo comportamiento económico se explica por sus actitudes, valores y sistemas cognoscitivos (Heynig, 1982).

A partir de la época de los años setentas, se desarrolla en América Latina dos grandes posiciones en la vertiente campesinista: una Chayanovista que define a los campesinos como pertenecientes a un modo de producción específico y otra, la del materialismo histórico, que destaca la

superioridad de la unidad familiar, como elemento importante para la producción agrícola (Valdez, 1985). Es así que Valdez (1985) menciona que los campesinos enfatizan la persistencia de formas sociales, a pesar de los sistemas capitalistas y sus posibilidades de fortalecimiento como formas de producción familiar.

En el contexto internacional, a principios del siglo XX se desarrolla en Rusia una gran polémica en relación al tema de la pequeña producción campesina y la gran empresa agrícola. En este contexto surgió la llamada escuela de la organización-producción (Organizatsionno-proizvodstvennoe), misma que era identificada como una corriente de pensamiento que proponía la transformación de las economías campesinas con el fin de mejorar y maximizar la producción agrícola. Se entiende por economía campesina a aquella que está basada en el trabajo del propio productor y su familia, en la que no se usa (o se usa muy poco) el trabajo asalariado (Bartra, 1975). Bartra (1975), por su parte, menciona que cuando una sociedad está inmersa en un mercado capitalista, debe de aplicarse los conceptos establecidos por la economía como salario, ganancia y renta, lo cual, no es la misma condición para la economía campesina.

La economía campesina es una forma no capitalista cuyo objetivo principal es la satisfacción de las necesidades básicas y al mismo tiempo fuente de acumulación de capital (Cruz y Torres, 2015). Por otra parte, Chayanov (1979) define a la economía campesina como una forma de producción no capitalista en la que después de deducir los costos de producción, no es posible determinar la retribución respectiva de los factores: capital, trabajo y tierra, es decir, no existe salario, ni renta. Así, (Cruz, 1977, citado por Cruz y Torres, 2015) menciona que las características fundamentales de la economía campesina, son:

- Se enfoca en la fuerza de trabajo familiar no asalariado.
- Producen fundamentalmente para autoconsumo, pero también para el mercado.
- La ganancia y el capital variable, forman una unidad, dado que el campesino no toma en cuenta el valor de su propia fuerza de trabajo y de los miembros de su familia y este hecho esconde el fenómeno que consiste en la fusión de la ganancia y el salario.
- Complementan el ingreso familiar con la venta de la fuerza de trabajo de algún integrante de la familia
- Como resultado de la polarización en el campo, una gran parte de la economía campesina vive un agudo proceso de descampesinización, que no lo desaparece completamente, pero sobreviven en peores condiciones (subconsumo), otra parte mínima, logra reproducirse de una manera más o

menos ampliada, mientras que otra mantiene un estatus inalterable, es decir, se mantiene en una reproducción simple.

- La unidad familiar campesina y las actividades productivas y sus demandas, se hallan fusionadas, de tal manera que ésta aporta sólo una parte, o en ocasiones la única parte necesaria para la subsistencia de la familia y ésta, a su vez, proporciona la fuerza de trabajo necesaria para el desempeño de dichas actividades productivas.

El objetivo principal de la unidad económica campesina es la reproducción de la fuerza de trabajo y la sobrevivencia más allá de la acumulación del capital, misma que se presenta en la mayoría de las unidades productivas cafetaleras de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz.

Con respecto a la información anterior, se construyó el marco teórico-conceptual como se presenta en la Figura 2.

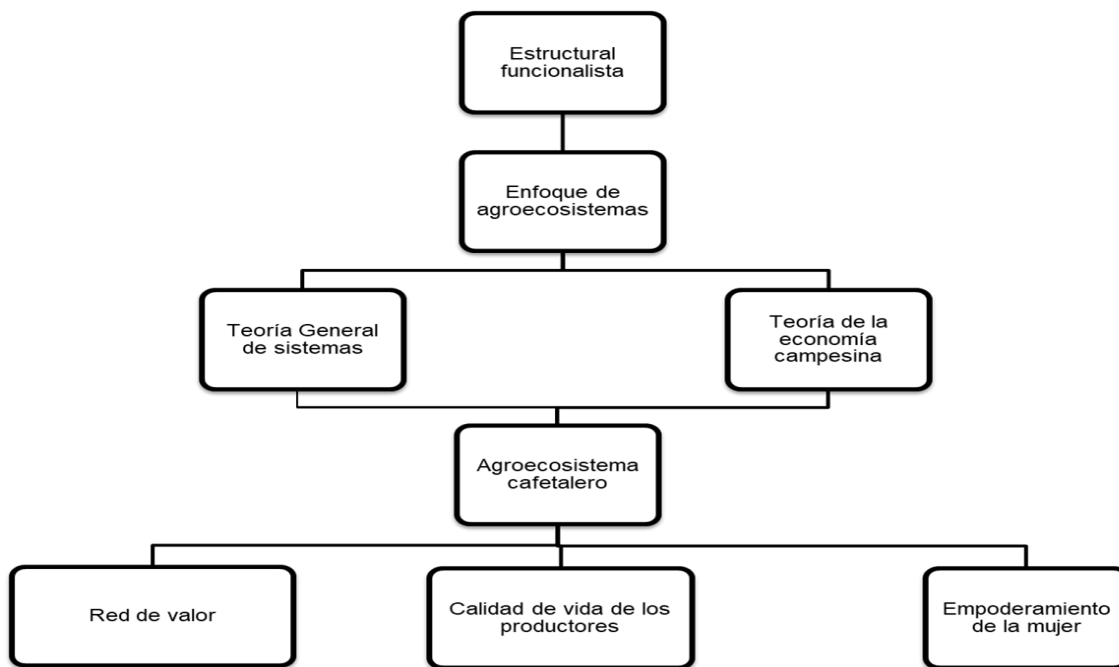


Figura 2. Construcción del marco teórico-conceptual

Modelo teórico de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo analizar las perspectivas de la cafecultura en las Altas Montañas del estado de Veracruz, México, dentro del esquema de CJ, visualizando la red de valor del café de CJ, la calidad de vida de los productores cafetaleros y el nivel de empoderamiento femenino. El enfoque y el diseño de investigación usado es mixto, ya que fue un proceso que integró la recopilación de datos a través de la investigación participativa con los productores,

productoras y líderes de las cooperativas cafetaleras de CJ, desde un enfoque cualitativo y por otra parte integra, analiza y vincula datos estadísticos para responder al planteamiento del problema en cuestión, mismo que es utilizado en ciencias sociales.

Desde el enfoque cuantitativo se utilizó la técnica de la entrevista usando el cuestionario semi estructurado con la finalidad de indagar a profundidad sobre los fenómenos estudiados. Este tipo de investigación fue propuesta por los sociólogos Malinowski y De la Fuente (2005), la cual utiliza la técnica de observación participante, donde el investigador interactúa con los informantes claves (productores, productoras, líderes de cooperativas cafetaleras, importadores, exportadores, entre otros), definida como una técnica de investigación que va dirigida a lograr una relación estrecha con las comunidades, grupos de individuos, alguna comunidad en particular y sus actividades cotidianas dentro de su propio ambiente (Malinowski y De la Fuente, 2005).

De igual forma para el estudio se aplicará el tipo descriptivo y explicativo con el cual se intenta describir y explicar cómo ocurre el fenómeno y en qué condiciones se desarrolla (Sampieri *et al.*, 2010).

El agroecosistema cafetalero

En la región central montañosa de Veracruz, el agroecosistema cafetalero bajo sombra es el más representativo (López-García *et al.*, 2016) y ha contribuido a mitigar la pérdida de los servicios ambientales que provee el bosque mesófilo de montaña (Ruelas-Mojardín *et al.*, 2014).

Las principales variedades son Typica, Bourbon y Caturra, y la producción promedio de frutos por planta es baja en comparación con la de otros países (López-García *et al.*, 2016).

Los elementos conceptuales del agroecosistema cafetalero son:

Controlador: Es el productor cafetalero (hombre o mujer) el cual toma las decisiones en la unidad de producción, con respecto a la información que integra, desde el punto de vista socioeconómico, cultural y agroecológico; asimismo es el que administra los recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos, todo bajo la lógica de la economía campesina.

Entradas (Inputs): Toda la información y recursos que obtiene el controlador para utilizarlo y aplicarlo en el sistema de producción como: energía, insumos, dinero, conocimiento, mano de obra, maquinaria y equipo, aire, plagas, fertilizantes, abonos etc.

Sistema de producción: Es el agroecosistema cafetalero principalmente café bajo sombra de la especie *arábica* con las variedades: Typica, Bourbon, Caturra, entre otras, mismas que puede ser café orgánico o convencional y con la certificación de CJ.

Salidas (Outputs): Son todos los productos de salida, para el caso de las cooperativas cafetaleras de pequeños productores, el producto de salida es la materia prima que es el café verde u oro y para los campesinos/productores, las salidas son el café en cereza, el plátano, la macadamia, los cítricos etc. Asimismo se obtiene como salida los conocimientos y experiencias adquiridos por cada cosecha y las ganancias/pérdidas generadas.

Elementos externos: Son todos los eventos del entorno exterior que influyen en la toma de decisiones que ejerce el productor (cultura, economía, política, gobierno, competencia, costumbres, volatilidad de los precios del café etc.) y en los efectos que pueda tener con el sistema de producción.

El agroecosistema cafetalero para este caso, se consideró como la unidad de estudio conformada por elementos bióticos (cobertura natural-vegetal, microorganismos, plantas, animales etc.) que interactúan con los componentes abióticos (suelo, aire, luz, agua, precipitación, calor etc.), mismos que son manejados por el controlador (el productor, la productora, la familia o la empresa), que está influenciado por el entorno para la toma de decisiones, obteniendo así la materia prima necesaria para incursionar en los mercados ya sean locales, nacionales o internacionales.

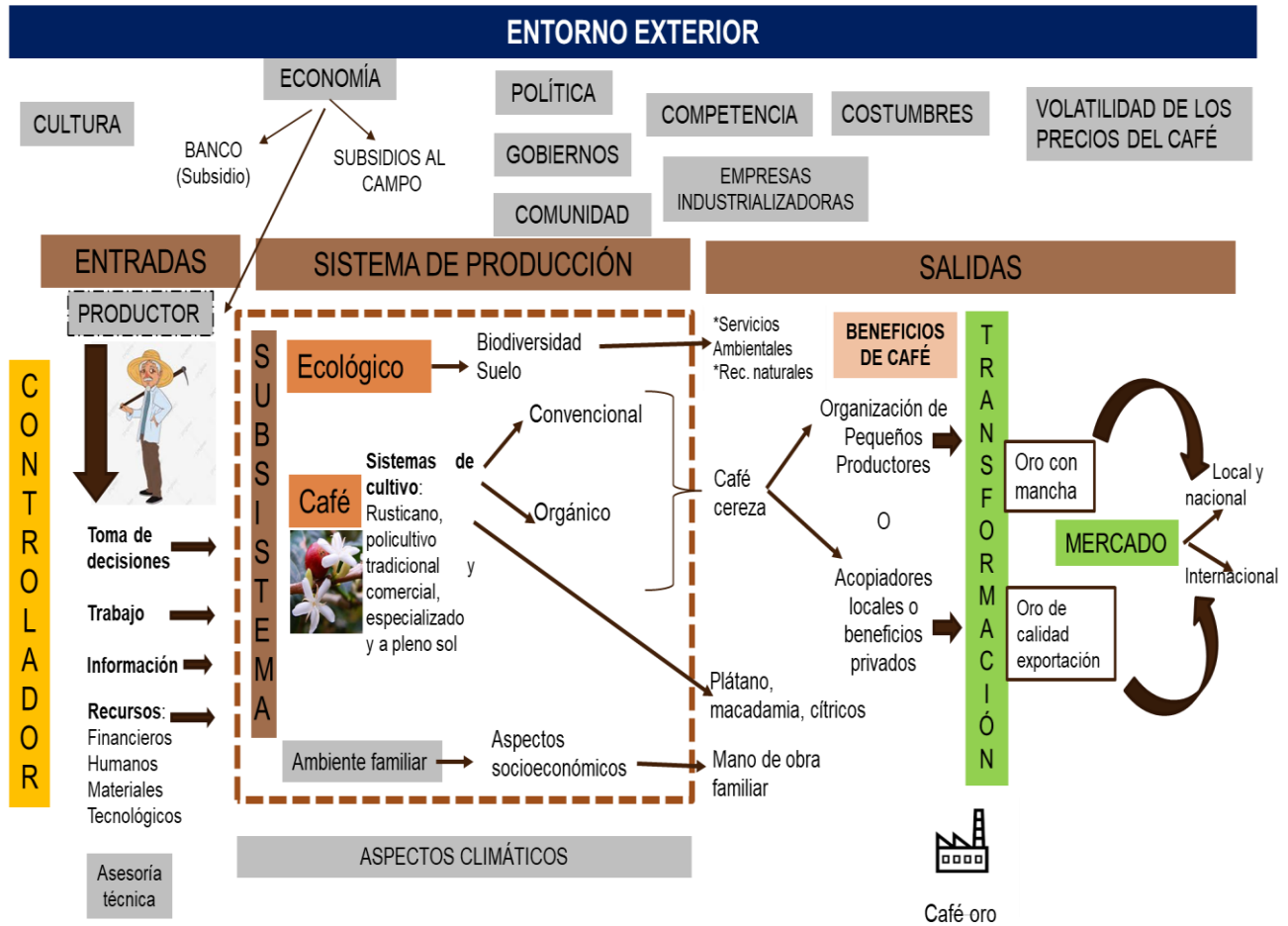


Figura 3. Elementos conceptuales del agroecosistema cafetalero

Fuente: Elaboración propia, con base al estudio de campo (2019 y 2020).

El concepto de Comercio Justo

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) agrupa la cadena producción-distribución-consumo de productos agrícolas y mercancías producidas en el SUR (Latinoamérica, Asia y África) para ser consumidos en el Norte (E.E.U.U. y Europa) (Vivas, 2009). En ella, participan productores organizados generalmente mediante cooperativas exportadoras; también participan empresas y organizaciones importadoras que adquieren los productos para distribuirlos entre mayoristas que a su vez suministran de mercancía a minoristas para ser accesibles al público mediante las Tiendas de Comercio; es así que las ONG`s se encargan, en su mayoría de otorgar las certificaciones, sellos, etiquetados de los productos así como al seguimiento y evaluación de la normatividad y principios del CJ (Ceccon y Ceccon, 2010; WFTO-LA, 2021).

En México, el movimiento del CJ surgió como una iniciativa innovadora de Frans VanderHoff e integrantes de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) en Oaxaca, y por parte de Holanda con las ideas de Nico Roozen, para generar un puente comercial entre los campesinos pobres y los países ricos, siendo esta estrategia una pauta para fomentar una remuneración justa y equitativa para los pequeños productores (Pineda *et al.*, 2014).

El CJ es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza, que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores (Fairtrade, 2021). De los productos comercializados bajo el sello del CJ, los que están firmemente establecidos en el mercado es el café, considerado el producto más importante dentro del movimiento tanto en términos de volumen (80%) como en número de países involucrados (Renard, 2005).

La cadena de café convencional se caracteriza por la participación de los intermediarios o coyotes que tratan de acaparar la mayor parte de la producción de café, principalmente cereza, por el cual proporcionan precios por debajo de los establecidos en el mercado, pero liquidando al momento de la entrega del café. Por otro lado, la cadena de CJ evita la incursión de los intermediarios, en donde las organizaciones de pequeños productores funcionan como acopiadores, mismo que lleva a cabo la transformación de la materia prima para enviarla a las empresas importadoras para la venta como café oro o verde, obtenido con ello un sobre precio, mismo que se describe en la Figura 4.

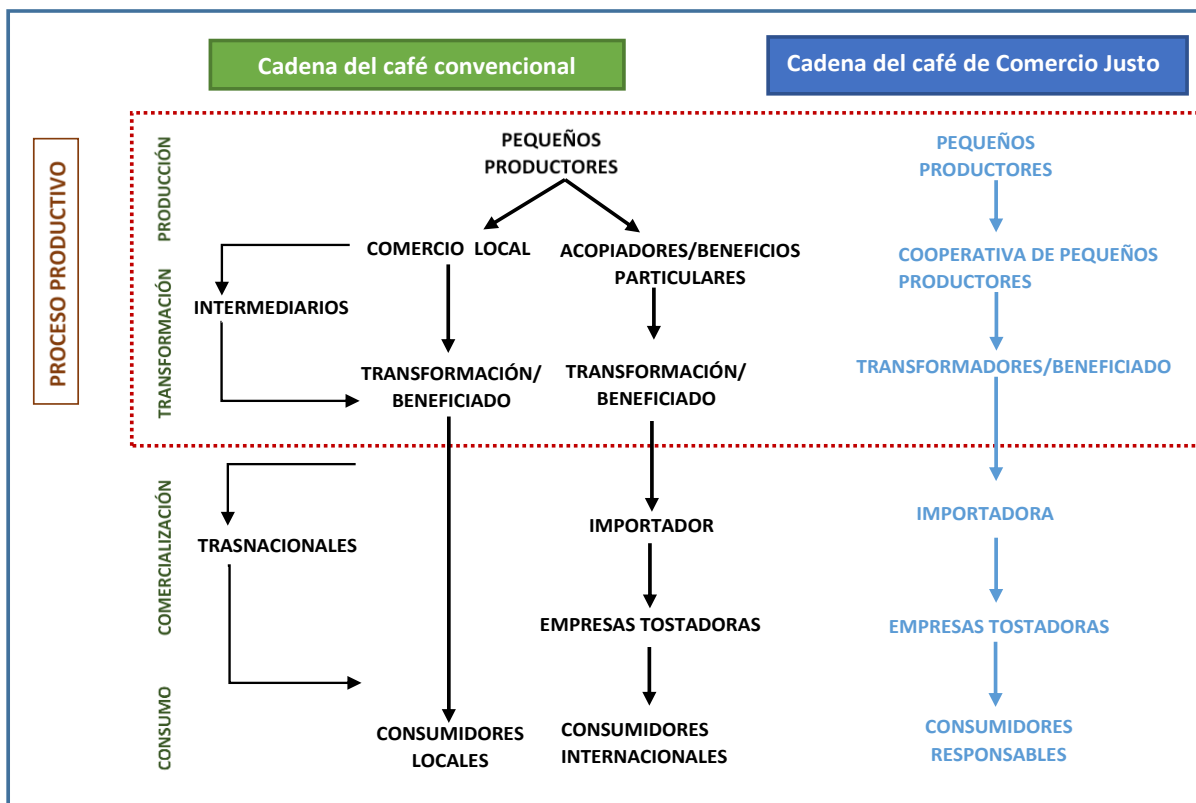


Figura 4. Descripción de la cadena convencional y de CJ del café

Fuente: Con relación al trabajo de campo 2020 y 2021

Según la WFTO-LA. (2021) el CJ se rige a través de 10 criterios básicos mismos que son parte principal del alcance y la filosofía bajo la que se rige este sistema de comercio: 1) creación de oportunidades para productores con desventajas económicas, 2) transparencia y responsabilidad, 3) prácticas comerciales justas, 4) pago de un precio justo; 5) asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso; 6) compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical); 7) asegurar buenas condiciones de trabajo; 8) facilitar el desarrollo de capacidades; 9) promoción del CJ y 10) respeto por el medio ambiente.

El concepto de red de valor

El concepto de red de valor permite definir y comprender los cuatro grandes tipos de jugadores o actores con los cuales una empresa rural puede interactuar para mejorar y ser competitiva, el modelo o enfoque de red remarca las simetrías existentes entre cada actor; por ejemplo, en el eje

vertical se encuentran los clientes y proveedores, los cuales desempeñan roles simétricos ya que son socios iguales en la creación de valor (Ireta-Paredes *et al.*, 2018). Su análisis busca la competitividad de la cadena como sistema, con una visión de sostenibilidad económica, social y ambiental (Gottret, 2011). El análisis de redes permite la visualización y análisis de dichos vínculos y de los actores que participan en la red (Aguilar *et al.*, 2017).

El enfoque de estudio de red de valor fue desarrollada principalmente por Nalebuff (1977), misma que se fundamentó en la teoría de juegos, en donde se analiza la interacción de bienes tangibles e intangibles entre clientes, proveedores, competidores y complementadores.

Dentro de los actores estratégicos en el análisis de la red de valor se encuentran:

Productores: Son las personas (físicas o morales) que se dedican, como principal actividad económica a la explotación agrícola de las tierras.

Competidores: Es el conjunto de empresas o personas que compiten en el mismo mercado.

Complementadores: Son los organismos o instituciones que permiten que el cliente valore el producto obtenido, se enfoca en la asistencia técnica o comercial que haya tenido el producto final (Ireta-Paredes, *et al.*, 2018).

Proveedores: son los actores e instituciones que proporcionan lo necesario para la producción agrícola.

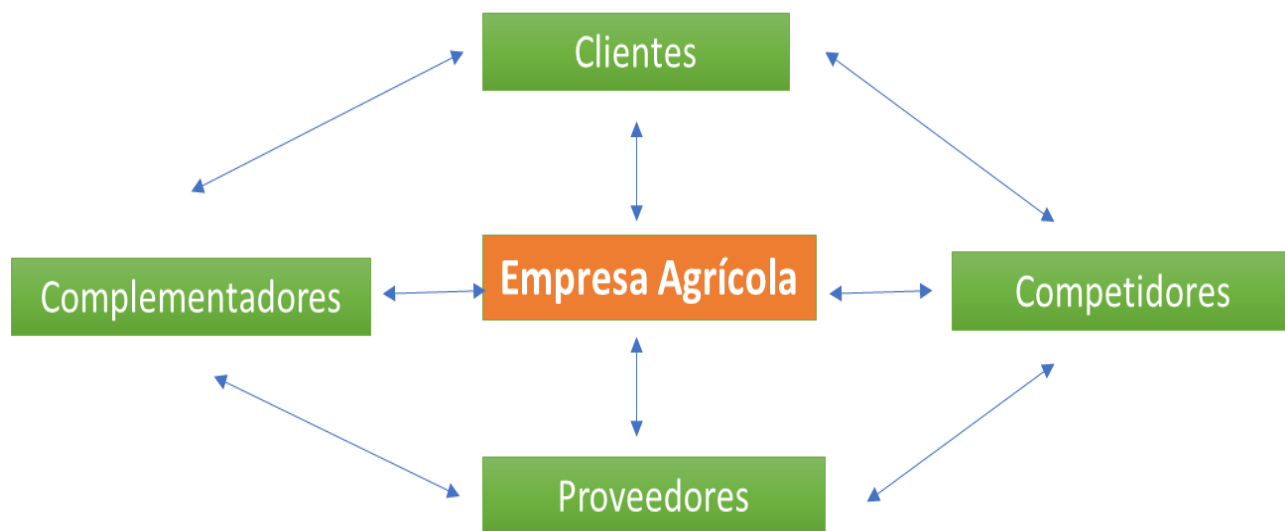


Figura 5. Actores principales de la red de valor

Fuente: Estructura de la red de valor de acuerdo al planteamiento de Nalebuff y Brandenburger (2005).

El concepto de calidad de vida

El concepto de calidad de vida (CV) inició en los años 80's, siendo considerado en el diseño e implementación de políticas públicas, así como de programas sociales y ambientales por parte de la sociedad civil (Moreno y Ximénez, 1996; Moscoso y Moyano, 2009). La CV, se considera como una estrategia para cuantificar satisfactores y seguridad material en el modo de vida de las personas. Por la parte subjetiva, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la define como “la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, expectativas, normas e inquietudes” (OMS, 1995). A partir de ello, diversos autores conceptúan a la CV desde una visión holística (Cornejo, 2016), polisémica (Sánchez, 2019) y multidisciplinaria (Cardona y Agudelo, 2009), consideran la interrelación entre lo material y lo inmaterial (Nussbaum & Amartya, 1993), entre lo objetivo y lo subjetivo (Ardilla, 2003; Nava, 2012) asociado al bienestar individual y colectivo (Rojas *et al.*, 2012), considerándole como sinónimo de progreso (García, 2011); o, en relación a la estabilidad financiera (Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012) y grado de satisfacción (Fernández-López *et al.*, 2010) determinados acorde a la psicología y valores de las personas (Adler & Seligman, 2016) desde un contexto social, económico, cultural y político (Lugones, 2002).

El concepto ha sido de utilidad para el ejercicio del gobierno en cuanto al diseño de políticas públicas, así como para organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); por lo que se han diseñado diversas formas de medición como el PIB, el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el Índice ¿Cómo Vivimos?, entre otros propuestos (Díaz, 2001; Stiglitz *et al.*, 2009).

Para la presente tesis, la CV se define como la combinación de variables objetivas y valores subjetivos en sus diferentes matices que contrastan entre sí, mismos que están determinados en las condiciones materiales y no materiales de vida de los pequeños productores cafetaleros.

El concepto de empoderamiento

El empoderamiento de la mujer, al igual que otros conceptos, depende de su contextualización así como la conceptualización que utiliza, no obstante, la diversidad de concepciones coinciden en ser un proceso social en lo individual y en lo colectivo, de capacidad de gestión, concientización y de

autorrealización para el desarrollo integral del género femenino (Rowlands, 1997; Schuler, 1997; Denman *et al.*, 1997; Meza *et al.*, 2002).

En este contexto se puede utilizar el término empoderamiento, para referimos a una estrategia de cambio para el logro de las visiones de las mujeres y que estas visiones se tornen en realidades (León, 1997). El empoderamiento busca mayor autonomía para las mujeres, que su trabajo sea reconocido y visibles sus aportaciones, implica que participen plenamente en todos los sectores y niveles para construir sociedades más justas. (CONAVIM, 2016). Para Iturralde (2005) “el empoderamiento es el proceso de construirse como sujeto individual y/o colectivo con el propósito de conducir a la sociedad en función de sus propios intereses. Se relaciona con el concepto de poder, que representa una realidad propia del ámbito de las relaciones humanas que siempre son sociales y políticas”.

LITERATURA CITADA

- Aberle D.F., A.K. Cohen., A.K. Davis., M.J. Levy and F. X. Sutton. 1950. The Functional Prerequisites of a society. The University Of Chicago Press. 60: 100-111.
- Adler, A., and M. E. Seligman. 2016. Using wellbeing for public policy: Theory, measurement, and recommendations. *International Journal of Wellbeing*. 6: 1-35.
- Aguilar G. N., E. Martínez G. y J. Aguilar Á. 2017. Análisis de redes sociales: conceptos clave y cálculo de indicadores. México. <https://www.redinnovagro.in/pdfs/indicadores.pdf> (Consulta: agosto 2021).
- Altieri, M. A. 1995. El agroecosistema: Determinantes, Recursos, Procesos y Sustentabilidad. In: *Agroecología: Bases Científicas para una agricultura sustentable*. 2da Edición. Editorial CLADES. Santiago de Chile. pp. 22-31.
- AMECAFÉ (Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del café, A.C.). 2022. Informe del mercado del café (enero 2022). <https://amecafe.org.mx/precios-del-cafe-en-el-mercado/> (Consulta: marzo 2022).
- Anta F. S. 2006. El café de sombra: un ejemplo de pago de servicios ambientales para proteger la biodiversidad. *Gaceta Ecológica*. 80: 19-31.
- Aragón G., C. 2006. Cafeticultura, inequidad y pobreza. In: Ramírez V., B, J.P. Juárez S. y A. Cesín V. (coords.). *Productores indígenas de café de la sierra nororiente de Puebla. Problemas y alternativas*. pp. 13-32.
- Ardilla R. 2003. Calidad de vida: una definición integradora. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 35: 161-164.
- Arnold, C. M y D. Rodríguez. 1990. El Perspectivismo en la Teoría Sociológica. *Revista Estudios Sociales*. 64: 27-41.
- Bartra R. 1975. *Marxismo y sociedades antiguas*. Editorial Grijalbo. 154 p.

- Bartra V. A., R. Cobo y L. Paz P. 2011. La hora del café, dos siglos a muchas voces. Editorial: CONABIO (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad). México. 233 p.
- Berdegúe, J. A. 2000. Cooperando para competir: factores de éxito en las empresas asociativas campesinas. Red internacional de metodología de investigación en sistemas de producción. <http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/secciones/documentos/berdegue.pdf> (Consulta: julio 2021).
- Berlanga H. R. 2016. La pequeña agricultura campesina y familiar: construyendo una propuesta desde la sociedad. *Entre Diversidades. Revista de ciencias sociales y humanidades*. 7: 46-83.
- Bertalanffy, L. V. 1976. Teoría General de los Sistemas. Fondo de Cultura Económica. México, D.F. pp. 1-24.
- Cardona A. D., y H. B. Agudelo G. 2009. Construcción cultural del concepto calidad de vida. *Revista Facultad Nacional De Salud Pública*, 23: 79-90.
- Ceccon, R. B. y E. Ceccon. 2010. La red del Comercio Justo y sus principales actores. *Investigaciones Geográficas*. 71: 88-101.
- CEDRSSA (Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y Soberanía Alimentaria). 2019. Propuestas Para Reactivar La Producción Y Comercialización De Café En México 2019-2024. Cámara De Diputados. <Http://Www.Cedrssa.Gob.Mx/Files/B/13/96las%20propuestas%20para%20reactivar%20la%20producci%C3%B3n%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9%202019%2008.Pdf> (Consulta: marzo 2021).
- CEDRSSA (Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y Soberanía Alimentaria). 2020. Los apoyos directos a los productores de café y sus resultados. Cámara de diputados. Http://Www.Cedrssa.Gob.Mx/Files/B/13/44apoyo_Productores_Cafe.Pdf (Consulta: marzo 2021).
- Chayanov, A. 1979. Las organizaciones de la unidad económica campesina: Introducción en economía campesina. Lima. Centro de Estudios y Promoción del desarrollo (DESCO). pp: 107-135.
- Chechland, P. 1990. La materia de los sistemas. In: *Pensamiento de Sistemas*. Grupo Noriega Editores. México. pp: 1-35.
- CONAVIM (Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres). 2016. <https://www.gob.mx/conavim/es/articulos/por-que-es-importante-el-empoderamiento-de-las-mujeres-para-el-desarrollo?idiom=es> (consulta: mayo 2020).
- Contreras A. y G. Hernández-Martínez. 2008. ¡Qué bien huele, mejor sabrá!. La organización de productores del proyecto Biocafé. Instituto de Ecología A.C. (INECOL). México. 91 p.
- Conway G. R & J.A. McCracken. 1990. Rapid rural appraisal and agroecosystem analysis. In: Altieri MA, Hecht, SB (Eds.). *Agroecology and Small Farms Development*. CRC Press. Boston, USA. 234 p.
- Conway G. R. 1985. Agroecosystem analysis. In: *Agricultural Administration*. CRC Press. Boston, USA. pp: 31-55.

- Cornejo B. W. 2016. Calidad de vida. *Revista Enfermería la vanguardia*. 4: 56-75.
- Cruz H. S. y G. Torres C. 2015. El conocimiento campesino del agroecosistema cafetalero en la sierra sur de Oaxaca. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 2: 147-154.
- Cruz, H. A. 1977. *Economía campesina y desarrollo rural en México*. Tesis. UACH.
- Denman, C. A., P. Aranda y V. E. Cornejo. 1997. Magdalena de León (compiladora) Poder y empoderamiento de las mujeres. *Religión y Sociedad*. pp: 189–197.
- Díaz L. G. 2001. El bienestar subjetivo, actualidad y perspectivas. *Revista cubana*. 17: 573-579.
- Escamilla P. E., G. Castillo P. y S. Díaz C. 2013. Situación actual y potencialidades del café en Veracruz. In: Pérez Akaki, Pablo y Alma Amalia González (coord). *Del sabor a café y sus nuevas invenciones. Escenarios cafetaleros de México y América Latina*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán. pp: 153-186.
- Escamilla P. E., O. Ruiz R., P. Díaz G., C. Landeros S., D.E. Platas R., C.A. Zamarripa C., y V.A. González H. 2005. El agroecosistema café orgánico en México. Foro: Manejo Integrado de Plagas y Agroecología. Costa Rica. pp: 5-16.
- Fairtrade. 2021. Definición de Comercio Justo. <https://fairtrade.es/es/comerciojustofairtrade/index.html> (consulta: septiembre 2021).
- Fernández-López, J. A., M. Fernández-Fidalgo y C. Alarcos. 2010. Los conceptos de calidad de vida, salud y bienestar analizados desde la perspectiva de la Clasificación Internacional del Funcionamiento (CIF). *Revista Española de Salud Pública*. 84: 169-184.
- Figueroa-Hernández, E., F. Pérez-Soto y L. Godínez-Montoya. 2015. Importancia de la comercialización del café en México. *Handbook*. pp. 64-82.
- FIRA (Fideicomisos Instituidos En Relación con la Agricultura). 2019. Panorama Agroalimentario 2019. Café 2019. <https://www.inforural.com.mx/wp-content/uploads/2020/03/Panorama-Agroalimentario-Caf%C3%A9-2019.pdf> (consulta: octubre 2021).
- García, E., J.A. Villanueva J., J. Vilaboa A. y G. López R. 2010. Evolución del concepto de Agroecosistema. In: Memoria del Simposio de Agroecosistemas y Territorialidad. Ruiz, O., Álvarez, M.C. (edit). Colegio de Postgraduados Campus Veracruz. 17 de noviembre de 2010.
- García, J. D. 2011. Un índice de calidad de vida para México. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. 196 p.
- Gottret, M. V. 2011. Orientación estratégica con enfoque en cadena de valor para la gestión de empresas asociativas rurales. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Costa Rica. 120 p. https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/89268/Guia_3_Orientacion_Estrategica_Nic.pdf?sequence=3&isAllowed=y (consulta: junio 2021).
- Hernández, E. 1988. La agricultura tradicional en México. *Comercio Exterior* 38: 673-678.
- Heynig, K. 1982. Principales enfoques de la economía campesina. *Revista de la CEPAL*. pp: 115-142.

- Ireta-Paredes A., P. Pérez-Hernández, J. Bautista-Ortega y L. Rosas-Herrera. 2018. Análisis de la red de valor Calabaza Chihua (*Cucurbita argyrosperma* Huber) en Campeche, México. *Agrociencia*. 52: 151-167.
- Iturralde, P. 2005. Memoria del Taller de diseño de la estrategia de empoderamiento de Empresas Campesinas. Proyecto Emprender. COSUDE. Fundación Marco, FEPP-Latacunga, Intercooperation. Riobamba
- Jiménez A. E. y A. Gómez P. 1982. Estudios Ecológicos en el Agro sistema Cafetalero. Editorial: Instituto Nacional de Investigaciones sobre los Recursos Bióticos y Compañía Editorial Continental. México, D.F. 127 p.
- León, M. 1997. Empoderamiento: relaciones de las mujeres con el poder. *Revista Foro*. 33: 37-49.
- Levy, M. J. 1968. Structural-Functional Analysis. *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan. 6: 21-28.
- López M. R., P. Díaz G., y A. Zamarripa C. 2013. El sistema producto café en México: problemática y tecnología de producción. Editorial: Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, Centro de Investigación Regional Golfo, Centro Campo Experimental Cotaxtla. México. 261 p.
- López-García F.J., E. Escamilla-Prado, A. Zamarripa-Colmenero y J. G. Cruz-Castillo. 2016. Producción y calidad en variedades de café (*coffea arabica* L.) en Veracruz, México. *Rev. Fitotec. Mex.* 39: 297–304.
- Lugones B. M. 2002. Algunas consideraciones sobre la calidad de vida. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. 18: 287-289.
- Malinowski, B., y J. De la Fuente. 2005. La economía de un sistema de mercados en México: un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano. Universidad Iberoamericana. 192 p.
- Manson R.H., A. Contreras H., y F. López-Barrera. 2008. Estudios de la biodiversidad en cafetales. In: Manson, R.H., Hernández, O. V., Gallina S. y Mehlreter, K. Editorial: Agroecosistemas cafetaleros de Veracruz. Biodiversidad, manejo y conservación. Instituto de Ecología A.C., Instituto Nacional de Ecología. Xalapa. pp: 1-14.
- Mardones, J. M. y N. Ursúa. 1994. Filosofía de las ciencias humanas y sociales. Edit. Anthropos. 415 p.
- Mariaca, M. 1993. Agroecosistemas, concepto central de la ecología: búsqueda del desarrollo de un modelo aplicativo. In: Seminario Internacional de Agroecología. Universidad Autónoma Chapingo. México. 11 p.
- Mestries B. F. 2006. Migración internacional y campesinado cafetalero en México. Fases circuitos y trayectorias migratorias. En *Análisis Económico XXI*. 46: 263-289.
- Meza O. A., E. Tuñón P., D. E. Ramos M. y E. Kauffer M. 2002. Progresos y el empoderamiento de las mujeres: estudio de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de Población*, 8: 67–93.
- Moreno J. B. y C. Ximenez G. 1996. Evaluación de la calidad de vida en casal G.B y col. Manual de evaluación en psicología clínica y de la salud. Madrid siglo XXI. Pp:1045-1070.

- Moscoso, S.D. y E. Moyano E. 2009. Deporte, salud y calidad de vida. Colección de estudios sociales Barcelona: fundación de Caixa.
- Nalebuff, B. 1997. Coopetition Business is War and Peace. *Strategy & Leadership*, 25: 28–35.
- Nalebuff, B. y M. Brandenburger. 2005. *Coo-petencia*. Grupo Editorial Norma. 353 p.
- Nava G. M. G. 2012. La calidad de vida: análisis multidimensional. *Enf. Neurol. Mex.* 11: 129-137.
- Nava-Tablada, M. E. 2012. Migración internacional y cafecultura en Veracruz, México. *Migraciones Internacionales*. 6: 139-171.
- Nussbaum, M. and Amartya S. 1993. *The Quality of Life*, Oxford: Clarendon Press. 472 p.
- OMS (Organización Mundial de la Salud). 1995. Grupo de la OMS sobre la calidad de vida. The World Health Organization Quality of Life Assessment (WHOQOL): position paper from the World Health Organization. *Social science and medicine*. 41:1403-1409.
- Pedrero M. 2012. El trabajo no remunerado de las mujeres: el uso del tiempo y las políticas públicas. In: Dalton M. y Aranda J. *Políticas públicas. Oportunidades y equidad de género*. Editorial: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. México. Pp: 175 – 200.
- Pérezgrovas G. V. y F. Celis C. 2002. La crisis del café, causas, consecuencias y estrategias de respuesta. Grupo Chorlavi 22 p.
- Pineda, T. M., A. Díaz V., y A. Pérez H. 2014. Un sistema alternativo de intercambio comercial: el comercio justo. *Revista Mexicana de Agronegocios*. 35: 1101-1110.
- Platas-Rosado D.E., J. Vilaboa-Arroniz y B. William-Campbell. 2016. Una aproximación dialéctica a los agroecosistemas. *Agro productividad*. 9: 82-86.
- Platas-Rosado; D. E., J. Vilaboa-Arroniz., L. González-Reynoso., V. H. Severino-Lendechy., G. López-Romero y I. Vilaboa-Arroniz. 2017. Un análisis teórico para el estudio de los Agroecosistemas. *Tropical and Subtropical Agroecosystems*. 20: 395–399.
- Renard, M. C. 2005. Quality certification, regulation and power in fair trade. *Journal of rural studies* 21: 419-431.
- Rojas M., R. Méndez y A. Rodríguez. 2012. Subjetividad en la evaluación de la calidad de vida en contextos urbanos. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*. 37: 212-235.
- Rowlands, J. 1997. Questioning Empowerment. In *Questioning Empowerment*. Oxfam Publishing. <https://doi.org/10.3362/9780855988364>
- Ruelas-Mojardín L. C., M. E. Nava-Tablada., J. Cervantes., y V. L. Barradas. 2014. Importancia ambiental de los agroecosistemas cafetaleros bajo sombra en la zona central montañosa del estado de Veracruz, México. *Madera y bosques*. 20: 27-40.
- Ruiz, R. O. 2006a. Enfoque de sistemas y agroecosistemas. In: *Agroecología y Agricultura Orgánica en el Trópico*. López, O., Ramírez, S., Ramírez, M., Moreno, G., Alvarado, A. (edit). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-Universidad Autónoma de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez. pp: 27-35.

- Ruiz, R. O. 2006b. Agroecología: una disciplina que tiende a la transdisciplina. *Interciencia*. 31: 140-145.
- SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural). 2018. México, onceavo productor mundial de café. <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/mexico-onceavo-productor-mundialde-cafe?idiom=es> (Consulta: junio 2021).
- SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural). 2020. Reglas de Operación del Programa Producción para el Bienestar 2020. <https://www.gob.mx/agricultura%7Ccolima/articulos/se-publican-reglas-de-operacion-del-programa-produccion-para-el-bienestar-2020> (consulta: junio 2021).
- SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, pesca y Alimentación). 2017. *Café Mexicano. Planeación Agrícola Nacional 2017-2030. Primera Edición*. SAGARPA. México, D.F. 20 p.
- Sampieri H. R., C. Fernández C., y P. Baptista L. 2010. *Metodología de la investigación*. México D.F. Mc. Graw Hill. 613 p.
- Sánchez A. A. 2019. *Calidad de vida en la Zona Metropolitana del Valle de México: hacia la justicia socioespacial*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas. 354 p.
- Schuler, M. 1997. Los derechos de las mujeres son derechos humanos: La agenda internacional del empoderamiento, en Magdalena León (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*. T. M. Editores, Santa Fé de Bogotá.
- Stiglitz, E. J., A. Sen y J. P. Fitoussi. 2009. *The measurement of economic performance and social progress revisited*. Paris, Francia: Centre de Recherche en Économie de Sciences Po.
- Urzúa M, A. y A. Caqueo-Urizar. 2012. *Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto*. *Terapia psicológica*. 30: 61-71.
- Valdez A. 1985. ¿Vigencia o disolución de las formas productivas campesinas en América Latina? *Las formas productivas Conuqueras de Venezuela. Un ensayo de interpretación teórica*. Barinas. Universidad Exzequiel Zamora.
- Valdivia, A G., R. G. Carranza T., y J. J. Gutiérrez G. 2007. *La Cadena Productiva Lechera en Aguascalientes: su integración y competitividad*. 1a. ed. Universidad Autónoma de Aguascalientes. México. pp: 30-42.
- Van der Hoff B. F. 2011. *Manifiesto de los pobres las soluciones vienen desde abajo*. Cd. Ixtepec Oaxaca: Optime Impresos. 75 p.
- Van Gigch, J. 2007. *Teoría General de los Sistemas*, Editorial Trillas, México. 607 p.
- Varangis, P. y P. Siegel. 2003. *Región centroamericana La crisis cafetalera: Efectos y estrategias para hacerle frente*. Banco Mundial. http://www.dgiovannucci.net/docs/Centroamerica_crisis_cafetaleraEfectos_y_estrategias_para_hacerle_frente-Banco_Mundial.pd (Consulta: noviembre 2021).
- Vilaboa A. J., P. Díaz R., E. Ortega J., D.E. Platas R., y M.A. Rodríguez C. 2006. *Productividad y autonomía en dos sistemas de producción ovina: dos propiedades emergentes de los agroecosistemas*. *Interciencia*. 31: 37-44.

- Vilaboa-Arroniz J., P. Díaz-Rivera., O. Ruiz-Rosado., D.E. Platas-Rosado., S. González-Muñoz., y F. Juárez-Lagunes. 2009. Caracterización socioeconómica y tecnológica de los agroecosistemas con bovinos de doble propósito de la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Tropical and Subtropical Agroecosystem*. 10: 53-62.
- Vivas, E. 2009. El movimiento por un comercio justo: debates y desafíos. *Revista Vinculando*. http://vinculando.org/comerciojusto/el_movimiento_por_un_comercio_justo_debates_y_desafios.html (Consulta: septiembre 2020).
- WFTO-LA (World Trade Fair Organization Latinoamérica). 2021. <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/> (Consulta: octubre 2021).

CAPÍTULO I. ACIERTOS Y CONTRADICCIONES SOBRE EL COMERCIO JUSTO: ALGUNAS REFLEXIONES¹

HITS AND CONTRADICTIONS OF FAIR TRADE: SOME REFLECTIONS

1.1 RESUMEN

Se realizó una revisión de literatura sobre el enfoque en Comercio Justo (CJ) para analizar, contrastar y generar discusión sobre los pros y contras de esta alternativa o modelo de mercadeo. Para ello se revisaron sus objetivos, principios, misión, visión, estructura y funcionamiento en artículos en revistas indizadas y de divulgación, libros y páginas web de organizaciones relacionadas con el tema. El CJ presenta aciertos económicos, sociales, culturales y medio ambientales. En contraparte, parece ser un comercio selectivo para cierto grupo de productores con capacidad de incursionar en mercados internacionales y consumidores con capacidad de pago para adquirir dichos productos.

Palabras claves: Solidaridad, neoliberalismo, Norte, Sur, Equidad.

1.2 ABSTRACT

A literature review on the Fair Trade (FT) approach was carried out to analyze, contrast and generate discussion about the benefits and drawbacks of this alternative or marketing model. Objectives, principles, mission, vision, structure and operation was analyzed in indexed articles, magazines, books and web pages of organizations related to the subject. The FT presents economic, social, cultural and environmental successes. On the other hand, it seems to be a selective trade for a certain group of producers with ability to enter to international markets and consumers with income to pay that products.

Keywords: Solidarity, Neoliberalism, North, South, Equity.

¹ Enviado a la revista: Economía, Sociedad y Territorio.

1.3 INTRODUCCIÓN

En el presente ensayo es un análisis sobre el CJ con la finalidad de crear debate y discusión sobre este modelo de comercio alternativo. Para ello, se hizo una revisión de literatura en más de 40 fuentes de consulta tanto en estadísticas oficiales como en artículos publicados en revistas indizadas y de divulgación, libros y páginas web relacionadas con el tema como Organización Mundial de Comercio (WFTO, por sus siglas en inglés), su filial en Latinoamérica (WFTO-LA) así como de la Organización de Naciones Unidas (ONU). El documento se compone de tres apartados. En el primero, se abordan los antecedentes; en este punto, se describe cronológicamente el origen, la evolución y el desarrollo de este enfoque comercio. En un segundo tema, se presenta una descripción de los aspectos clave que permiten entender la cosmovisión del CJ: objetivos, misión, visión y principios. Seguido de, se discute sobre los aciertos y contradicciones de esta estrategia de mercado. Para ello, se plantearon las siguientes preguntas ¿El CJ se sustenta en el neoliberalismo?, ¿Quién pone las reglas del juego?, ¿Son justos los precios que se establecen en dicho esquema de comercialización? y ¿Para qué tipo de consumidores son sus productos? Para dar respuesta a las interrogantes planteadas y con la finalidad de generar discusión y debate sobre el tema, se contrastaron los planteamientos de diversos autores y se culmina con el punto de vista de los autores del presente documento. Finalmente, como último punto, se presentan las conclusiones sobre los beneficios e inconvenientes que este modelo presenta para los pequeños productores.

Dentro de los aciertos o beneficios, el CJ tiene presencia en los cinco continentes (más de 70 países) en donde participan más de 1,400 organizaciones certificadas con ingresos por ventas superiores a 7.000 millones de euros tan solo en Europa. Los principales productos comercializados en el CJ como café, cacao y azúcar presentan un incremento alrededor del 3% en los últimos años. Además del beneficio social y económico, se considera que esta estrategia de mercado contribuye al cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con relación a la disminución de la pobreza; el aseguramiento de un ingreso económico mínimo y a la seguridad alimentaria. En contraparte, dentro de sus contradicciones, se pudiesen plantear interrogantes sobre si es realmente justo, pertinente, útil, solidario, equitativo y amigable con el medio ambientalmente. Otra interrogante que surge, es con relación de quienes son los beneficiarios: los productores, ubicados en países emergentes o en vías de desarrollo ubicados en África, Asia y Latinoamérica (SUR, según el

enfoque en CJ) ó los consumidores del NORTE identificados en los países industrializados, con economías de consolidadas ubicados en Europa y E.E.U.U, principalmente. Con relación a este punto, cabe cuestionar si el NORTE es quien establece las directrices, políticas y reglas del juego y el SUR sólo es un receptor de las mismas; o en su caso si un sobre precio (10-20%), certificaciones y etiquetado del CJ pudiese crear mayor desigualdad y diferenciación tanto en productores como en los consumidores e incluso si las transnacionales han incursionado en este mercado con la finalidad de “mejorar su imagen” y obtener mayor cobertura geográfica y control de los mercados internacionales.

Los aciertos y contradicciones del CJ descritos en el presente documento pretenden dejar una ventana abierta para el análisis, discusión, debate y reflexión para futuras investigaciones y/o foros.

1.4 Antecedentes del Comercio Justo (CJ)

El CJ nace para promover mejores ingresos para los productores de países del SUR (subdesarrollados, en vías de desarrollo o con economías emergentes), los cuales comercializan sus productos, principalmente agrícolas, en mercados del NORTE (industrializados, economías sólidas) (Nicholls y Opal, 2005); actualmente, este modelo ha expandido su área de influencia en los cinco continentes en donde se establecen negociaciones desde una perspectiva social, de equidad e inclusión y en pro del medio ambiente (Ceccon, 2008).

Este sistema de mercado, con presencia en más de 70 países, se creó y se ha ido conformando como un conglomerado o clúster de organizaciones internacionales, como la ONU, y organismos No Gubernamentales (ONG`s) además de la participación de otras corrientes de pensamiento, movimientos políticos y sociales como la pacifistas, la ecologistas, de equidad de género, contra la discriminación y el trabajo infantil así como en pro de la equidad de género (Coscione y Mulder, 2017). La idea surgió de manera simultánea en los Estados Unidos de Norteamérica y Europa a finales de la década de los 50`s y principios de los 60`s. En este periodo, pequeños productores dedicados a la exportación de artesanías vendían sus productos, bajo específicas características de producción, en el NORTE. Este último adquiriría dichos productos pagando cierto sobre precio para favorecer económica y socialmente al SUR. Este acercamiento en productores y consumidores, bajo una nueva perspectiva más allá de la económica, logró la reducción de agentes participantes en la cadena producción-distribución-venta-consumo, misma que se explica en el cuadro 1.1.

Cuadro 1.1. Proceso del Comercio Justo

Producción	Distribución	Venta	Consumo
Los artículos son elaborados por pequeñas organizaciones productoras.	Las importadoras compran los artículos/material prima a las organizaciones de Pequeños productores y los ponen a disposición de las tiendas de Comercio Justo.	Las tiendas venden directamente al consumidor final e informan de la procedencia de los artículos.	Los consumidores/as de Comercio Justo optan por otro modelo global de comercio, más humano y ecológico, por lo cual se les llama consumidores responsables, los cuales apuestan por un mundo más igualitario, equitativo y respetuoso.
Las organizaciones productoras se encuentran en Asia, América Latina o África y desarrollan su trabajo según los criterios de Comercio Justo.	El precio se establece en común acuerdo entre las organizaciones productoras y las distribuidoras, según los acuerdos de Comercio Justo.		

Fuente: Comercio Justo (2022)

1.1.1 Evolución del Enfoque de Comercio Justo

En 1958, se estableció la primera tienda formal de CJ en el NORTE (Ceccon y Ceccon, 2010); en 1964 se creó la primera Organización de CJ y la Confederación de Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD); a petición del SUR, se establecieron ciertas reglas comerciales en aras de una mayor equidad; posteriormente, para 1967, se conformó la primera organización importadora en el Norte basado en una red de tiendas en los principales países y ciudades tanto de Europa como de Norteamérica. Seis años después, 1973-1974, se establecieron en el SUR tiendas solidarias en beneficio de los productores inscritos en el CJ. A finales de la década de los 70's y principio de los 80's se inicia con la comercialización del primer producto agrícola, el café; el cual, se fue posicionando y es el de mayor importancia social y económica en la actualidad (Ferro-Soto y Mili, 2013). Para 1984, se celebró la primera reunión de tiendas que sentó las bases de lo que hoy se conoce como la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) con más de 3,000 tiendas en cerca de 20 países y 400 organizaciones en todo el mundo (Pereda, 2016). Para finales de los 90's se comenzó con el desarrollo de los Organismos Internacionales de Etiquetado de Comercio Justo (FLO); durante la primera década del nuevo milenio, se crearon ciertas dependencias y organismos como el Sello de Certificación Internacional de CJ, la Asociación Internacional de CJ (WFTO) y se desarrolló un sistema para evaluar las organizaciones de

productores; aunado a ello, se protocolizó la marca CJ y se dio comienzo a sistemas de gestión de la calidad. Para 2010, en el NORTE, se contabilizaban cerca de 79,000 tiendas de CJ, 2,800 tiendas solidarias, 800 organizaciones de productores en el SUR. Para el caso de América Latina se contabilizaban 64 miembros en 12 países siendo México, el primer país del SUR en fundar su organización “Comercio Justo México” conformada principalmente por cafeticultores y Organismos No Gubernamentales (ONG’s) (Johnson, 2004; Fridell, 2006). (García, 2011; World Trade Organization Latin América, 2020a); esta organización se planteó la misión de promocionar el desarrollo y la comercialización de productos y servicios de los pequeños productores mexicanos mediante una relación solidaria con los consumidores (Comercio Justo México, 2007); dicho movimiento se generó mediante un acuerdo entre productores del estado de Oaxaca (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) y empresarios holandeses (Nico Roozen) para generar un puente comercial entre los campesinos pobres y los consumidores ricos como estrategia para fomentar una remuneración justa y equitativa hacia los primeros (Pineda *et al.*, 2014).

1.5. ¿Qué es el Comercio Justo?

La Organización Mundial del CJ (WFTO) agrupa la cadena producción-distribución-consumo de productos agrícolas y mercancías producidas en el SUR para ser consumidos en el NORTE (Vivas, 2009). En ella, participan productores organizados generalmente mediante cooperativas exportadoras; de igual forma, participan empresas y organizaciones importadoras que adquieren los productos para distribuirlos entre mayoristas; estos a su vez, suministran de mercancía a minoristas quienes ponen a disposición los productos al público través de tiendas establecidas. Por su parte, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG’s) son las encargadas de las certificaciones, sellos y etiquetado de los productos, así como del seguimiento y evaluación de la normatividad y principios del modelo de CJ (Cecon y Cecon, 2010; WFTO-LA, 2020b).

Con lo anterior planteado, se busca el coadyuvar a un desarrollo sostenible a través de un intercambio comercial equitativo, con la generación de fuentes de empleo justas y dignas, respetando el medio ambiente, reconociendo los valores sociales y culturales así como las condiciones socioeconómicas de los “pequeños” productores (exportadores) que de algún modo no han podido favorecerse o incursionaren sistemas convencionales de mercado ya sea por su tamaño de producción, por sus características productivas y tecnológicas o por su condición socioeconómica, entre otras. Por ello, según el CJ, los acuerdos comerciales deben sustentarse en

el diálogo, la transparencia y el respeto entre las partes siendo más importantes las personas que la transacción comercial o el valor monetario de la misma en sí (Medina, 2013; Pereda, 2016; WFTO-LA, 2020b). Con ello, se pretende cooperar a reducir la brecha productiva, social y económica entre el Norte (países ricos) y el Sur (países pobres o con economías emergentes) (Johnson, 2004, WFTO-LA, 2020a; CLAC, 2020). El consenso generalizado sobre el CJ lo considera como “un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores (as) y trabajadores (as) desfavorecidos, especialmente en el Sur” (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO). Al respecto, Mookerjee (2019) señala que este modelo se basa en la simple creencia de que los productores y los agricultores merecen el derecho a tener una vida segura, y deberían recibir un salario justo por su trabajo y sus derechos humanos deben ser protegidos.

Para formar parte del CJ, se requiere una certificación ya sea como productor y/o comercializador; establecer un contrato de licencia de uso de sello Comercio Justo; implementar y desarrollar la producción y/o comercio acorde a los principios y normatividad vigente; pago de un porcentaje por actividades comerciales, así como participación en el Comité de Licenciarios (Aguirre, 2005). Este tipo de certificación es un proceso que cuesta financieramente, considerándose un proceso caro, que, aunque no se cargue directamente al productor, requiere de tiempo y recursos para que la organización pueda obtener información técnica y así poder recibir a los inspectores de la FLO, de una manera constante (Ceccon, 2008).

Actualmente, a nivel internacional Fairtrade es la etiqueta de sostenibilidad más reconocida y confiable del mundo, que promueve un sistema comercial basado en el dialogo, la transparencia y el respeto, siendo una organización global cuyos propietarios son más de 1,8 millones de agricultores y trabajadores que ganan precios más justos, construyen comunidades más fuertes y tienen control sobre su futuro (Fairtrade, 2022).

Cuadro 1.2. Impactos del Comercio Justo a nivel mundial

Datos	Cantidades
Número de agricultores y trabajadores de Comercio Justo	1,8 millones
Organizaciones de productores	1822
Número de países participantes en el Comercio Justo	72 países y territorios
Importe pagado en prima de Comercio Justo	más de 871 millones de euros
Productos comercializados	Más de 35,000 Que se agrupan en 4 categorías: <ul style="list-style-type: none"> • Alimentación: café, plátanos, chocolate, té, azúcar, mermeladas, galletas, miel, arroz, ron, vino, cereales, especias, frutos secos, vinagre, salsas, entre otros. • Artesanías: bisutería, joyería, marroquinería, artículos para el hogar (bandejas, vasos, jarras, platos, juegos de té, jarrones, marcos de fotos, candelabros), útiles de cocina, cestas, juguetes, muñecos, móviles, material de papelería, instrumentos musicales y máscaras. • Textiles: prendas de vestir, pañuelos, tapices, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, etcétera. • Otros: muebles (mesas de comedor, recibidores, consolas, estanterías, cabeceros, mesas de noche, armarios, espejos, mesas plegables, etc.), discos compactos, libros, juegos infantiles, juegos de mesa, velas, balones de fútbol, atriles, hamacas, entre otros.

Fuente: Fairtrade (2022)

1.6. Objetivos del Comercio Justo

Sus objetivos van relacionados a aspectos sociales (mayor equidad, condiciones de trabajo adecuadas, no a la explotación infantil, equidad de género); culturales (diálogo, respeto y transparencia, respeto a los derechos humanos), ambientales (producción amigable con el medioambiente) y económicos (mejorar el ingreso y bienestar de los productores). Los objetivos pueden variar acorde a las particularidades de cada organización según la región donde se encuentre inmersa y a las características productivas, sociales, económicas y culturales de los productores participantes. No obstante, el consenso generalizado, acorde a la WTO (2020), WTO-LA, y la CLAC son:

1. “Mejorar la forma de vida de los productores incrementando su acceso al mercado, reforzando las organizaciones de productores, pagando un precio justo y proporcionando una continuidad en las relaciones comerciales”.
2. “Promocionar las oportunidades de desarrollo para productores desfavorecidos, especialmente mujeres e indígenas, y proteger a los niños de la explotación a la que se ven forzados dentro del proceso productivo”.
3. “Concienciar a los consumidores de los efectos negativos que tiene el comercio internacional en los productores y productoras, así como del poder que pueden ejercer como consumidores”.
4. “Establecer un ejemplo de relación comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto”.
5. “Promover campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio convencional internacional”.
6. “Proteger los derechos humanos promoviendo la justicia social, las prácticas medioambientales sanas y la seguridad económica”.

Para alcanzar estos objetivos, se han definido tres estrategias: 1. Establecer contacto entre el Norte y el SUR a través de redes internacionales de comercio (WFTO, NEWS y EFTA, principalmente); 2. Creación de sistemas de certificación y etiquetado sobre el cumplimiento de la normatividad y procedimientos acorde a la normatividad, objetivos, misión, visión y principios; y, 3. Utilización de las ONG’s para el establecimiento de esquemas y estrategias comerciales o de mercadeo (Medina, 2013).

1.7. Misión y visión del comercio justo

La misión y visión del CJ ha sido adecuado acorde a las características de cada organización y localización geográfica, partiendo éstas de las concepciones generales de la WFTO, la cual tiene como misión “mejorar las condiciones de vida y el bienestar de los productores en desventaja al enlazare y al promocionarse con las organizaciones de CJ, y abogando en favor de una mayor justicia en el comercio mundial”; como visión plantea: ”un mundo en el que la justicia, la equidad y el desarrollo sostenible están en el centro de las estructuras y prácticas comerciales para que todas las personas, a través de su trabajo, puedan mantener un medio de vida decente y digno, y desarrollen todo su potencial humano” (WTFO-LA, 2020a). Cuenta con cinco líneas de acción

relacionadas al desarrollo del mercado, promoción de confianza e información sobre este tipo de comercio, desarrollo de oportunidades de asociación y empoderamiento de las regiones ((WTFO-LA, 2020b).

Así, por ejemplo, para la región Asia (Bangladesh, China, Camboya, India, Indonesia, Corea, Laos, Nepal, Pakistán, Filipinas, Sri Lanka, Tailandia, Timor Leste y Vietnam) su visión va enfocada a ofrecer equidad internacionalmente; en su misión busca el empoderamiento, conciencia y participación, cooperación, acceso a mercados impulso y motivación para la producción en el Sur-Sur (WFTO-ASIA, 2020). Para la región Europa (Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suiza y Reino Unido) promueve la incursión en el mercado internacional de los miembros WTFO así como campañas y marketing, entre otros (WFTO-EUROPE, 2020). En el caso de la región África y Medio Oriente (Camerón, Etiopía, Egipto, Gana, Israel, Kenia, Guinea, Líbano, Madagascar, Marruecos, Namibia, Palestina, Roanda, Senegal, Sudáfrica, Uganda, Tanzania), se visualiza en un mundo donde las políticas y normas del mercado internacional sean en beneficio de los más necesitados a través de un desarrollo sostenible; para ello, se basa en la promoción organizativa y mercantil enmarcadas en los principios y valores del CJ (WFTO-ÁFRICA, 2020). Por su parte, para la región Latinoamérica (Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay) se basa en el empoderamiento, la representación y la promoción para lograr un liderazgo en el seguimiento, consolidación y autogestión de productores y/o trabajadores organizados para una mejor calidad de vida (WFTO-LA, 2020b). Algunos ejes de acción que se implementan en las regiones: equidad de género, cambio climático, soberanía alimentaria, inclusión de jóvenes, ciencia y tecnología, competitividad, cultura, movilización social, estudios del sector entre otros (WFTO-LA, 2020a).

1.8. Principios del comercio justo

Están en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (OIT, 2015). Éstos se rigen por 10 puntos plasmados en una carta de principios conformada por cuatro capítulos que se pudiesen resumir en el enunciado “El CJ está basado en modos de producción y comercialización que anteponen a las personas y el planeta frente a los beneficios económicos (CLAC, 2020). Con dichos principios se procura la generación de oportunidades para los productores menos favorecidos por el comercio convencional además

de buscar la transparencia, la promoción y fortalecimiento de capacidades, De igual forma, procura el pago justo con el producto adquirido, la equidad de género, el respeto a los derechos humanos en el ámbito laboral; la combate a la explotación infantil; la protección al medio ambiente e información y sensibilización (Pereda, 2016; CLAC, 2020; WFTO-LA, 2020). Esto con la finalidad generar una economía responsable, copartícipe y con mayor conciencia ecológica que permita erradicar o contribuir a disminuir la pobreza, la desigualdad, el intermediarismo, la carencia de infraestructura y servicios (García, 2011; Ferro-Soto y Mili, 2013).

1.9. DISCUSIÓN

1.9.1 ¿El Comercio Justo es Neoliberal?

El Libre Comercio, con un crecimiento promedio anual mundial superior al 5%, no ha logrado reducir la brecha de desigualdades entre los países desarrollados versus los de economías emergentes (Medina, 2013). Las teorías del desarrollo, en sus diferentes corrientes (liberal, keynesiana, marxista, humanista, anarquista o individualista), se enfocan al análisis de las economías tanto del NORTE como del SUR (Mendiluz Díaz y Jiménez, 2018); procuran describir el contexto social y posibles escenarios económicos para el incremento en el Producto Interno Bruto (PIB) (entendido como crecimiento), el desarrollo humano (como el aumento en las posibilidades de una mejor calidad de vida) y generación de riqueza (como el crecimiento a largo plazo en el bienestar de las personas) (Gutiérrez, 2007); así el desarrollo ha sido sinónimo de bienestar. Si bien el PIB es un referente para determinar y cuantificar el crecimiento económico, deja de lado ciertas consideraciones por el cual se apoya y complementa con el Índice de Desarrollo Humano (Ordoñez, 2014); así, la teoría del desarrollo humano busca insertar en el análisis económico aspectos socioculturales como equidad, justicia, medio ambiente, creación de oportunidades, respeto a los derechos humanos, progreso humano y tecnológico, satisfacción en lo individual y en lo colectivo (Mujica y Rincón, 2010; Picazzo *et al.*, 2011); aspectos que van en concordancia con los principios del CJ.

Este tipo de comercio se realiza en poco más del 36% de los países del mundo con presencia en los cinco continentes, más de 1,000 organizaciones y ventas anuales por miles de millones de euros (ECOPOST, 2016); ingreso que pudiesen ser superiores a la riqueza nacional de países subdesarrollados o con economías emergentes. En la actualidad los principales productos en el CJ

son artesanías, alimentos, textiles, muebles, juguetes y papelería (Almanza, 2005; Cecon y Cecon, 2010; Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2015) siendo de mayor importancia productos agrícolas como el café (mayor en volumen y organizaciones), cacao, banano, azúcar y orgánicos, entre otros. Los cuales son producidos en el SUR para satisfacer a consumidores del NORTE. Diversos autores, han documentado la bondades del CJ y su relación con los ODS con relación a diversos tópicos con la reducción de la pobreza; la generación de ingresos constantes, su aporte a la seguridad alimentaria, el empoderamiento, la autogestión y auto-organización, la equidad de género, la consolidación de condiciones laborales adecuadas, el fomento al diálogo y la transparencia así como la preponderancia en la toma de decisiones por parte del productor, pasando de ser un agente pasivo a un protagonista de su entorno en los contextos económico, político y social (Aguirre, 2005; Almanza, 2005; Cecon y Cecon, 2010; Coscione y Mulder, 2017). No obstante, cerca de 80% de la producción en el SUR es familiar con limitaciones tecnológicas y socioeconómicas (Coscione y Mulder, 2017) siendo el incremento en la superficie agrícola y la inversión en ciencia y tecnología las dos vías para disminuir la desigualdad con el NORTE. Respecto al primer punto, la estimación de crecimiento de la población a 9 mil millones de personas para 2050 se ejercerá una mayor sobreutilización de los recursos naturales (OIT, 2015) aunado a ello, la diferencia en cuanto a capacidad productiva y tecnológica es evidente entre el NORTE y el SUR; por ejemplo, 500 empresas transnacionales manejan más del 65% del comercio del planeta y las cinco más grandes de éstas generan, en su conjunto, ingresos equivalentes a los de 46 países más pobres del orbe (Almanza, 2005; Coscione y Mulder, 2017). Respecto al segundo punto, también es evidente la desigualdad en innovación, ciencia y tecnología mientras que en el Norte la inversión en esta oscila entre el 2.5-3% de su PIB, en el Sur es menor al 0.5% (Piñón, 2010). Además de existir una indiscutible desigualdad e inequidad comercial existe una diferenciación en el mercado laboral entre Norte y el Sur siendo estos últimos proveedores de alimento y materias primas y los primeros transformadores y consumidores (Medina, 2013; Roldán *et al.*, 2016).

Por una parte, se puede considerar al CJ como un apéndice del neoliberalismo, considerando las siguientes características, 1. su contexto globalizador (Fridell, 2006; García, 2011), 2. el poder monetario y valor de las monedas del NORTE en el mercado mundial (Fernández, 2009), 3. el planteamiento de un marco jurídico supranacional (González, 2011), 4. La participación de las empresas transnacionales en el mercado global, 5. la participación de las mismas en el CJ, más

como una estrategia de posicionamiento en el mercado e implementación de “un lavado de imagen” comercial más justa y equitativa que con relación a los principios y objetivos del CJ (Coscione, 2015) por mencionar solo algunas características. En contra parte, acorde a la misión y visión del CJ, éste surge como una alternativa ante de fracaso demostrado del neoliberalismo como sistema político-económico pues las fuerzas del mercado no fueron incluyentes para todos los sectores de la sociedad (González, 2009) generando con ello inequidad, desigualdad, pobreza y pérdida de los recursos naturales. Así, el CJ surgió como un nuevo enfoque de mercadeo, con un mayor sentido social donde la empatía, la solidaridad, la responsabilidad social, los valores, la ética y el cuidado al medio ambiente serían considerados en el ámbito internacional (Sarria, 2009; Llopis, 2009; Quesada, 2012) por lo que el CJ debe ser implementado y considerado fuera de las directrices de la economía de libre mercado (Montero y Araque, 2005). En este sentido cabe destacar que, aunque para el modelo neoliberal no es objetivo la justicia social sino la eficiencia en el uso de los recursos; por tanto, las brechas sociales y de desigualdad debiesen ser objeto de políticas públicas de cada país tanto del Norte como del SUR; en dónde en estos últimos han sido ineficientes o no han logrado generar los resultados esperados.

1.9.2 ¿Quién pone las Reglas de Juego en el Comercio Justo?

El modelo del Comercio Justo se basa en la aplicación y cumplimiento de ciertas formas de producción y condiciones socioeconómicas en el Sur para realizar transacciones comerciales con el Norte (Vivas, 2009) siendo esta diferenciación más con relación a la cooperación para el desarrollo que geográfica o, en su caso, de una interrelación entre países desarrollados (ricos) y subdesarrollados (pobres) (Socías y Doblas, 2005). No obstante, por la diferenciación y desigualdad económica, productiva, tecnológica y social el Sur debe someterse a las políticas impuestas por el Norte (Abbot, 1994) siendo el principal problema la caducidad de la globalización debido a su ineficiencia, injusticia y desigualdad (Viejó-Bautista, 2016). Se entendería por un lado que el CJ beneficiaría a los consumidores del Norte poniendo a su alcance mejores productos de consumo a menor precio evitando al intermediarismo; por lo que los consumidores del NORTE establecen las reglas del cómo y qué se debe de producir.

Cabe destacar, que no todos los productores pueden incorporarse al CJ, sólo los que cuentan con cierto nivel organizacional, tecnológico, productivo y comercial que les permita competir en un mercado globalizado (Medina, 2013). Por ejemplo, en E.E.U.U. y Canadá el subsidio

gubernamental a los productores permite tener mayor número de exportaciones mientras que en Europa es mayor el número de importaciones siendo esta una oportunidad para el SUR por ser preponderantemente agrícolas (Viejó-Bautista, 2016), Así este esquema de comercialización no es para todos (y por lo tanto no tan justo) sino sólo para aquellos que cumplen las reglas impuestas por las políticas del Norte y preferencias de sus consumidores, siendo así una vez más, el Sur asume un rol pasivo en el comercio de sus productos, lo que pudiese denominarse como neocolonialismo comercial. Un ejemplo de ello, en la definición de las directrices los productores (agricultores) tienen una escasa participación con los organismos de certificación (Medina, 2013), de este modo, éstos (los productores) deben ser incorporados en la discusión y definición de los criterios para la certificación de sus mercancías (Ceccon y Ceccon, 2010). En este sentido, el uso de certificaciones y etiquetados, como medio de generación de confianza entre productores y consumidores, tienden a una globalización (Pérez, 2009; Medina 2013; Coscione, 2015) además que pudiese utilizarse como medio de diferenciación tanto entre productores como entre consumidores ya sea tanto por el acceso y pago de certificaciones como por la compra de los productos certificados (Tepox y Martínez, 2018), lo que ha creado disociación o desacuerdos entre organizaciones de productores y organismos certificadores (Doppler y González, 2007). Una de las principales críticas a los procesos de certificación del CJ es que, contrario al espíritu inicial de éste, el cual se basa en relaciones personales y valores compartidos, dichos procesos se han vuelto más estrictos, haciendo que algunos productores creen que el sistema de certificación y regulación está guiado más por cuestiones comerciales que por la solidaridad y que, incluso, actúan más en contra suyo que a favor.(Ceccon y Ceccon, 2010); pues la importancia del enfoque no radica en su certificación y/o etiquetado, sino a su contribución en cuanto a los aspectos sociales, de valores y medio ambientales (Calisto, 2016). Por tanto, la argumentación del beneficio social es un parámetro relativo impuesto desde fuera por los compradores (Norte), pero sobre todo va implícito en el producto, así que el productor que no vende su producto a través de la organización no goza de los beneficios culturales, por lo tanto, hay un sometimiento a las reglas de las certificadoras, muchas veces con criterios externos. Existe una discriminación social que conlleva a la larga al rompimiento de la cohesión social comunitaria. Aunado a ello, se tiene que evaluar la participación democrática en igual de condiciones de los productores en la toma de decisiones de la organización de lo contrario sería una organización impuesta más.

1.9.3 ¿Es Justo el Precio en el Comercio Justo?

El precio de mercado de esta alternativa de comercio difiere al precio de mercado convencional (Garza, 2014) ya que los productos presentan un sobreprecio que oscila entre 10-20% (Montero y Araque, 2005) que los consumidores están dispuestos a pagar por las características en la producción lo cual se corrobora mediante las certificaciones y etiquetados correspondientes. Por tanto, se puede inferir que el CJ es para consumidores situados en ciertos estratos socioeconómicos con poder adquisitivo que están dispuestos a pagar un sobre precio por los beneficios o satisfacciones materiales e inmateriales que les proporcionan estos productos (Doppler y González, 2007); sin embargo, existe cierta incertidumbre en el consumidor final respecto a si la compra realizada realmente beneficia a los productores (Coscione, 2019).

Las certificadoras, así como las reglas de sanidad e inocuidad son impuestas por los países importadores por lo tanto los consumidores del Norte deciden qué, cómo, cuánto y cuando producir como preguntas elementales de la economía. Así de manera directa o indirecta, el CJ se inserta en las leyes de la oferta y la demanda que se consideran con las fuerzas invisibles del libre mercado. Por lo tanto, el CJ se pudiese considerar con una modalidad o alternativa de mercadeo dentro del sistema neoliberal. Si se encontrara en “mercado justo” con “precio justo” sería más con relación a la disposición a pagar un sobreprecio con base a las cualidades del producto, beneficio para el productor y cuidado del medio ambiente en la que fue elaborado más que a los costos de producción, es decir, “¿son justos porque son más caros?” (Roldán *et al.*, 2016); pues desde la perspectiva de CJ el precio justo sólo se basa al precio pagado al productor y no al precio pagado por el consumidor final (Rodríguez, 2011). Igualmente, al ser un precio más alto al consumidor es un producto discriminatorio en el consumo ya que no todos los consumidores tienen acceso a los mismos tipos de productos; aunado a ello, se crea cierta incertidumbre ya que existen muchos eslabones de la cadena producción-distribución-consumo que puedan beneficiarse de ello; por tanto, fuese deseable la eliminación de eslabones a través de la integración de las cadenas y establecer una mayor relación productor-consumidor.

1.9.4 ¿Quién puede comprar productos del Comercio Justo?

El CJ se ha enfocado a productos básicamente de exportación, pero no considera el desarrollo de la productividad y mercados locales para un sentido de pertenencia y territorialidad (González, 2011). Es sabido que en los mercados convencionales al igual que en el CJ, la adquisición de un

producto importado tiene un sobre precio por el pago de impuesto, aranceles, certificaciones y etiquetados aunado a cierta satisfacción psicológica o estatus social al poder pagar un producto venido del extranjero.

Los productos, entendido como el conjunto de satisfactores físicos y psicológicos de un bien para el consumidor (Abbot, 1987), del modelo de CJ pueden ser adquiridos por un selecto grupo de consumidores con cierto nivel educativo, socioeconómico y cultural que considera además de la calidad y satisfacción material que el producto le brinda tiene una satisfacción inmaterial al saber que adquiere un producto elaborado bajo condiciones laborales adecuadas, amigable ambientalmente (limpio-saludable) y ayuda al “desfavorecido” (García, 2011; Pineda *et al.*, 2014; Roldán *et al.*, 2016; Capa Benitez *et al.*, 2016).

Así un consumo responsable en el NORTE ayudaría al SUR en cuestiones de solidaridad, equidad y responsabilidad que con relación al ingreso económico *per sé* (Socías y Doblás, 2005; Montero y Araque, 2005) pues en el CJ cada involucrado debe hacer suyos los valores y principios de este tipo de comercio (Espinosa, 2009; Llopis, 2009); aunque muchos estudios han analizado el impacto del CJ en los pequeños agricultores, pocos se centran en los trabajadores asalariados más allá de los empleados por las grandes empresas, a pesar de que la mayoría de ellos están empleados en pequeñas explotaciones agrícolas y cooperativas (Meemken *et al.*, 2019).

No obstante, algunos autores consideran que existe carencia de información en cuanto a calidad y precio (Mielants *et al.*, 2005) mientras que otros consideran que el consumidor del CJ cuenta con suficiente información que genera una doble satisfacción al adquirir un producto de su preferencia y un agrado sentimental al comprar en este esquema solidario (Servera *et al.*, 2012) basado en el diálogo y la transparencia al establecer relaciones comerciales “justas” y generar ingreso “justo” en un acuerdo responsable mutuamente (Roldán *et al.*, 2016) así el CJ se somete a las necesidades de la sociedad principalmente de los productores más desfavorecidos (Quesada, 2012) siendo de mayor importancia las relaciones y beneficios sociales establecidos que en la transacción económica por sí misma (Socías y Doblás, 2005; Montero y Araque, 2005). Otro de los problemas que emergen son las certificadoras, una vez que el negocio es rentable surgen muchos certificadoras y cada una quiere poner su sello por lo que cabe el cuestionamiento ¿Quién certifica a las certificadoras?; en este sentido, el consumidor es quien debería poner las reglas (consumir o no un producto) y jugar un papel más activo a través de la trazabilidad de los mismos. Se dice que existen cientos de esquemas de certificación para productos agrícolas y de madera en todo el

mundo y quizás una docena que son ampliamente utilizados por las principales marcas ¿Las organizaciones que certifican o respaldan de manera justa y los productos commodities obtenidos de forma sostenible hacen un mejor trabajo al comunicar y medir su impacto en el desarrollo sostenible? (Galtung, 2019).

1.10 CONCLUSIONES

El CJ presenta aciertos económicos, sociales, culturales y medio ambientales como generación de ingreso, contribución al cumplimiento de la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible de la ONU, coadyuva a la disminución de la pobreza, a la seguridad alimentaria, a la producción amigable con el medioambiente y el fomento de valores como el diálogo, la equidad de género, el respeto y la transparencia. Asimismo, promueve la participación de los pequeños productores para tener acceso al comercio internacional y con ello obtener un sobre precio por sus productos o materias primas. En contraparte, parece ser un enfoque de comercio para un grupo de productores legalmente constituidos con cierto nivel organizativo, tecnológico y capacidad socioeconómica que les permite incursionar en mercados internacionales; de igual forma, los consumidores son un selecto grupo con un específico nivel educativo y poder adquisitivo para comprar estos productos y obtener beneficios materiales e inmateriales. Además, las políticas y directrices son implementadas por el Norte y el Sur es el receptor el de las mismas siendo más su papel como proveedor de alimentos y materias primas.

1.11 LITERATURA CITADA

- Abbot, George (1987), *Agricultural Marketing Enterprise for the Developing World*, Cambridge University Press.
- Abbot, George (1994), “Worlds apart: The North-South divide and the international system”, *International Affairs*, 70 (2), Londres, Zed Books, pp. 310-311, doi: 10.2307/2625250
- Aguirre, Francisco (2005), “Algunos participantes del comercio justo en México”, Ponencia presentada en el coloquio Commerce équitable, coopératives et développement durable, 29 de septiembre, 2002; UQAM, Montreal. <<https://1e.to/IqBdvw>>, 20 julio de 2020.
- Almanza, Horacio (2005), “El Comercio Justo visto como movimiento”, *Vinculando*, 9 de junio 2005, <<https://1e.to/kuM5LF>>, 15 agosto de 2020.
- Calisto, Martín (2016), “Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos”, *Revista de Ciencias Sociales*, 20 (55), Quito, Flacso Ecuador, pp. 215-240.

- Capa Benitez, Lenny Beatriz; Alana Castillo, Tania Patricia y Benítez Narvaez, Robinson Miguel (2016), “Importancia de la producción de banano orgánico. Caso: Provincia El Oro, Ecuador”, *Universidad y Sociedad*, 8 (3), Cienfuegos, Universidad de Cienfuegos, pp. 64-71.
- Ceccon, Brisa (2008), *El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*, Ciudad de México, CopIt-arXives/Universidad Nacional Autónoma de México, <<https://bit.ly/3u3FDFE>>, 21 julio de 2020.
- Ceccon, Brisa y Ceccon Eliane (2010). “La red del Comercio Justo y sus principales actores”, *Investigaciones Geográficas*, (71), Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 88-101, <<https://tinyurl.com/7zjn6bwm>>, 18 agosto de 2020.
- CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo) (2020), “Principios del Comercio Justo”, agosto 2019, El Salvador, CLAC, <<https://tinyurl.com/ut7kr27r>>, 18 agosto de 2020.
- Comercio Justo México (2007). “Norma del Comercio Justo en México”, Ciudad de México, Comercio Justo México, <<https://bit.ly/3kzgooi>>, 21 julio de 2020.
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2015), “El ABC del Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo”, España, AECID (Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo), <<https://tinyurl.com/hrr2mtn2>>, 13 agosto de 2020.
- Coscione, Marco (2015), “América Latina y el sentido originario del comercio justo”, *Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial*, 7 (11), Quito, FLACSO Ecuador, pp. 11-26, DOI: 10.17141/eutopia.7.2015.1633
- Coscione, Marco (2019), “Los beneficios y retos del comercio justo, Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)”, Santiago de Chile/CEPAL-Naciones Unidas y CLAC, <<https://tinyurl.com/yrzntbtd>>, 1 septiembre de 2020.
- Coscione, Marco y Mulder Nanno (2017), “El Aporte del Comercio Justo al Desarrollo Sostenible”, Santiago de Chile/El Salvador/CEPAL/CLAC, <<https://tinyurl.com/4hd5j9xu>>, 5 de agosto de 2020.
- Doppler, Flurina y González, Alma Amalia (2007), “El comercio justo: Entre la institucionalización y la confianza”, *Problemas del Desarrollo*, 38 (149), Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 182-202, <<https://tinyurl.com/hzm9vkua>>, 23 junio de 2020.
- ECOPOST (Diario Digital de Economía Sostenible) (2016), “Las Ventas mundiales del Comercio Justo llegan a 7.800 millones de euros en 2016”, Pamplona, ECOPOST, <<https://tinyurl.com/2e3pjb3s>>, 28 junio de 2020.
- Espinosa, Betty (2009), “Comercio justo: traducción y cooperación en Ecuador”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 4 (7), San Cristóbal de Las Casas, Universidad Nacional Autónoma de México/Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, pp. 87-115, <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2009.7.185>
- Fairtrade 2022. Impactos del Comercio Justo. <<https://www.fairtrade.net/impact>>, 25 abril del 2022.

- Fernández, Manuela (2009), “El trueque solidario: una estrategia de supervivencia ante la crisis argentina de 2001”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 4 (7), San Cristóbal de Las Casas, Universidad Nacional Autónoma de México/Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, pp. 5-29, doi: <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2009.7.182>
- Ferro-Soto, Carlos y Mili Samira (2013), “Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso”, *Cuadernos De Desarrollo Rural*, 10 (72), Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana Colombia, pp. 267-289, < <https://bit.ly/3Dyy5Pc> >, 05 julio de 2020.
- Fridell, Gavín (2006), “Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica”, *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (24), Quito, FLACSO Ecuador, pp. 43-57.
- García, Armado (2011), “El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?”, *POLIS*, 7 (1), Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, pp. 105-140.
- Garza, Alejandro (2014), “El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café”, *Estudios Sociales*, 22 (43), Hermosillo, Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C., pp. 271-293.
- González, Alma (2009), “Economía solidaria y comercio justo-Introducción”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 4 (7), San Cristóbal de las Casas, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, pp. 1-4, doi: <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2009.7.181>
- González, Alma (2011), “¿Es posible un marco jurídico supranacional para el Comercio Justo?”, *Liminar*, 9 (1), San Cristóbal de las Casas, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas-Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica, pp. 57-73.
- Galtung, Fredrik. (2019), “How impactful is Fair Trade? A paradigm shift in reporting would tell a better story”, *Journal of Fair Trade*, 1 (2), Londres, Pluto Journals Limited, pp. 40-48.
- Gutiérrez, Estela (2007), “De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario”, *Trayectorias*, 9 (25), Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León México, pp. 45-60, < <https://bit.ly/3kLDjQk> >, 09 julio 2020.
- Johnson, Pierre (2004), “El Comercio Justo en México. Sellos de Garantía y Estrategias”, Iniciativa de Tipo II-Cumbre Mundial del Desarrollo Sustentable Johannesburgo 2002, Francia, Université de Versailles Saint-Quentin, <<https://tinyurl.com/5z3ufnu2>>, 25 junio de 2020. DOI:10.13140/RG.2.1.4170.4722
- Llopis, Ramón (2009), “Consumo responsable y globalización reflexiva un estudio referido al comercio justo en España”, *Revista Española del Tercer Sector*, 11, Madrid, Centro de estudios Sociales Luis Vives, pp. 145-167, <<https://bit.ly/3lO2DVI>>, 25 agosto de 2020.
- Medina, Salvador (2013), “Comercio justo: Una perspectiva global”, *Comercio Exterior*, 63 (1), Ciudad de México, Bancomext, pp. 1-7, <<https://tinyurl.com/z2j4ku8f>>, 15 junio de 2020.
- Mendiluz Díaz, Diana y Jiménez Barrera, Yasmani (2018), “La teoría del desarrollo y su influencia en América Latina”, *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América*

- Latina*, 6 (1), La Habana, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 22-46, <<http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n1/reds02118.pdf>>, 28 julio de 2020.
- Meemken Eva-Marie, Sellare Jorge, Christophe N. Kouame, Matin Qaim. (2019), “Effects of Fairtrade on the livelihoods of poor rural workers”, *Nature Sustainability*, Londres, Nature Sustainability, pp. 635-642, <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0311-5>
- Mielants, Caroline; Janssens, Win y Pelsmacker Patrick (2005), “Valores del consumo y creencias, actitudes y comportamiento de compra respecto al comercio justo”, *Revista internacional de marketing público y no lucrativo*, 2 (2), Barcelona, Asociación internacional de marketing público y no lucrativo, pp. 50-69, <<https://bit.ly/3CtSW4P>>, 5 julio de 2020.
- Montero, María José y Araque, Rafael Ángel (2005), “Un sello para los productos de comercio justo en España: entre la oportunidad y la amenaza”, *Revista De Fomento Social*, 60 (239), Sevilla, Universidad Loyola Andalucía, pp. 491-518, <<https://bit.ly/3oB5nqM>>, 15 julio de 2020.
- Mookerjee, Mira (2019), “Do we still need Fair Trade?”, *Journal of Fair Trade*, 1 (2), Londres, Pluto Journals Limited, pp. 1-5. <https://doi.org/10.13169/jfairtrade.1.2.0001>
- Mujica, Norbis y Rincón, Sorayda (2010), “El concepto de desarrollo: posiciones teóricas más relevantes”, *Revista Venezolana de Gerencia*, 15 (50), Zulia, Universidad Zulia, pp. 294-320, <<https://tinyurl.com/2fnwz344>>, 15 agosto de 2020.
- Nicholls, Alex and Opal, Charlotte (2005), *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, California, Editorial SAGE Publications Ltd.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2015), “Trabajo decente y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible”, Ginebra, Organización Internacional del Trabajo, <<https://bit.ly/3HA1NWq>>, 19 agosto de 2020.
- Ordoñez, Jorge Alberto (2014), “Teorías del desarrollo y el papel del Estado: Desarrollo humano y bienestar, propuesta de un indicador complementario al Índice de Desarrollo Humano en México”, *Política y Gobierno*, 21 (2), Ciudad de México, División de Estudios Políticos del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), pp. 409-441.
- Pereda, Carlos (2016), “La comercialización de productos de Comercio Justo en España en 2016”, Madrid, Coordinadora Estatal de Comercio Justo, pp. 7-31, <<https://bit.ly/3hUTUzC>>, 19 julio de 2020.
- Pérez, Pablo. (2009), “Contradicciones del Comercio Justo en México”, Observatorio Geográfico de América Latina. Ponencia presentada en el 12mo Encuentro de Geógrafos de América Latina celebrado del 3 al 7 de abril en Montevideo, Uruguay, <<https://bit.ly/3CF0ja2>>, 5 junio de 2020.
- Picazzo, Esteban; Gutiérrez, Estela; Infante, José María y Cantú, Pedro César (2011), “La teoría del desarrollo humano y sustentable: hacia el reforzamiento de la salud como un derecho y libertad universal”, *Estudios Sociales*, 19 (37), Hermosillo, Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo A.C., pp. 253-279.
- Pineda, Margarita; Díaz, Antonio y Pérez Amalia (2014), “Un sistema alternativo de intercambio comercial: el comercio justo”, *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35, ciudad de México,

- Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C., pp. 1101-1110, <<https://bit.ly/3FxNlg6>>, 1 agosto de 2020.
- Piñón, Francisco (2010), Ciencia y tecnología para América Latina: una posibilidad para el desarrollo, Temas de Iberoamérica: Globalización, Ciencia y Tecnología, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 1-12, <<https://bit.ly/3EG7TmM>>, 25 junio de 2020.
- Quesada, María Encarnación (2012), “La perspectiva de género en el comercio justo: una reflexión económico-antropológica”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 7 (14), San Cristóbal de Las Casas, Universidad Nacional Autónoma de México-Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, pp. 81-116, <<https://bit.ly/3zyeBaO>>, 15 agosto de 2020.
- Rodríguez, Miguel (2011), “Precio justo para todos: nuevos horizontes de justicia en el Comercio Justo”, *Vinculando*, 18 noviembre 2011, <<https://bit.ly/3ktCwE2>>, 15 junio de 2020.
- Roldán, Héctor Nicolás; Gracia, María Amalia; Santana, María Eugenia y Horbath, Jorge Enrique (2016), “Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas”, *POLIS*, 15 (43), Santiago, CEDER, pp.581-605, <<https://bit.ly/3HL0moq>>, 02 agosto de 2020.
- Sarria, Ana Mercedes (2009), “Acción colectiva, espacio público y economía solidaria en el sur de Brasil”, *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 4 (7), San Cristóbal de Las Casas, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, pp. 30-63.
- Servera, David; Fayos, Teresa; Arteaga, Francisco Javier y Gallarza, Martina (2012), “La motivación de compra de productos de comercio justo: propuesta de un índice de medición por diferencias sociodemográficas”, *Cuadernos de Administración*, 25 (45), Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 63-85, <<https://bit.ly/39vyFQk>>, 26 junio de 2020.
- Socias, Antonio y Doblas, Natividad (2005), “El Comercio Justo: Implicaciones Económicas y Solidarias”, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (51), Valencia, Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative, pp. 7-24, <<https://bit.ly/3HEzUNg>>, 1 de septiembre de 2020.
- Tepox, Ángeles y Martínez, Álvaro (2018), “Debates y controversias del Comercio Justo. El problema de la justicia, una reflexión crítica sobre las formas de comercialización alternativas”, *Las ciencias sociales y la agenda nacional*, 5, ciudad de México, COMECSO, pp. 435-451, <<https://bit.ly/3hTrzK8>>, 19 julio de 2020.
- Viejó-Bautista, María (2016), “Contradicciones del Comercio Internacional y el Comercio Justo Países desarrollados & Latinoamérica”, *ReeserchGate*, pp. 1-23, <<https://bit.ly/3u0u962>>, 21 junio de 2020, DOI: 10.13140/RG.2.1.3859.9760
- Vivas, Esther (2009), “El movimiento por un comercio justo: debates y desafíos”, *Mientras tanto*, (106), Barcelona, Icaria, pp. 151-168, <<https://bit.ly/3zvOFww>>, 26 junio de 2020.
- WFTO-ÁFRICA (World Trade Fair Organization Africa y Medio Oriente) (2020), “About us?”, Acerca de WFTO África y Oriente Medio, Nairobi, WFTO-África, <<https://wfto-africa.org/about-us/>>, 15 junio de 2020.

- WFTO-ASIA (World Trade Fair Organization Asia) (2020), “Who we are”, Tailandia, WFTO-ASIA, <<https://wfto-asia.com/who-we-are/>>, 01 junio de 2020.
- WFTO-EUROPE (World Trade Fair Organization Europe) (2020), “About us?”, Bélgica, World Trade Fair Organization Europe, <<https://wfto-europe.org/>>, 15 junio de 2020.
- WTFO (World Trade Fair Organization) (2020), “ Sobre WTFO”, Culemborg, World Trade Fair Organization, <<https://wfto.org/>>, 18 junio de 2020.
- WTFO-LA (World Trade Organization Latin American) (2020a), ¿Qué es el comercio justo?, Lima, Organización Mundial del Comercio Justo en América Latina, <<https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>>, 15 junio de 2020.
- WTFO-LA (World Trade Organization Latin América) (2020b), ”Trabajamos poniendo a las personas y al planeta en primer lugar”, Lima, Organización Mundial del Comercio Justo en América Latina, <<https://www.wfto-la.org/presentacion/>>, 15 junio de 2020.

CAPÍTULO II. RED DE VALOR DEL CAFÉ (*Coffea arabica*): PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS PARA UN CASO DE ESTUDIO EN VERACRUZ ²

2.1 RESUMEN

La red de valor es una forma de organización del sistema productivo que se determina por la concentración geográfica de los actores que la integran y los vínculos desarrollados económicos y no económicos, los cuales contribuyen a la creación de valor o riqueza, tanto para los miembros de la red como para su territorio. En este sentido, el objetivo del estudio fue analizar los actores estratégicos de la red de valor de café de Comercio Justo (CJ) de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café (URPPC) para identificar los problemas y posibles alternativas de solución que permitan una operación eficiente. La región cafetalera analizada correspondió a los municipios de Zentla, Totutla, Sochiapa, Ixhuatlán del café, Comapa, Tlaltetela, Tenampa, Tlacotepec de Mejía y Huatusco. El análisis de la red se realizó mediante la aplicación de entrevistas semi-estructuradas con preguntas abiertas a los actores clave: importadoras, proveedores, competidores y actores complementarios. Los resultados de las entrevistas mostraron las principales limitantes identificadas por los actores: 1) las importadoras establecen los lineamientos del convenio de compra provocando atrasos financieros para el pago de café a los productores; 2) los socios/productores: presentan baja productividad del cultivo, hay disminución de la superficie sembrada, tienen edad avanzada, hay falta de relevo generacional y cuentan con educación mínima; 3) la competencia presenta malas prácticas de comercio así como la falta de establecimiento de normas y precios mínimos de referencia internacional del café y 4) los actores complementarios tienen una baja participación para la innovación y la competitividad. Finalmente, los actores indicaron acciones para superar las limitantes encontradas entre las que destacan: mejorar las negociaciones con los clientes (importadoras) y fomentar mayor participación de los productores en las negociaciones y actualización de las normas de CJ. Se concluye que existe una escasa participación entre los actores estratégicos, solo hay intercambio de productos/servicios entre los productores y las importadoras, pero no hay agregación de valor, lo que provoca que no haya competitividad para satisfacer las necesidades de consumo del cliente internacional.

Palabras clave: productores, actores complementarios, proveedores, clientes, Fairtrade

² Artículo pendiente de envío

2.2 ABSTRACT

A value network is a form of organization of the productive system that is determined by the geographical concentration of the actors that comprise it and the developed economic and non-economic links, which contribute to the creation of value or wealth, both for the members of the network as for its territory. In this sense, the objective of the study was to analyze the strategic actors of the Fair-Trade coffee value network (FT) of the Unión Regional de Pequeños Productores de Café (URPPC) to identify the problems and possible solution alternatives that allow an efficient operation. The coffee growing region analyzed corresponded to the municipalities of Zentla, Totutla, Sochiapa, Ixhualán del café, Comapa, Tlaltetela, Tenampa, Tlacotepec de Mejía and Huatusco. The analysis of the network was carried out through the application of semi-structured interviews with open questions to the key actors: importers, suppliers, competitors, and complementary actors. The results of the interviews showed the main limitations identified by the actors: 1) the importers establish the guidelines of the purchase agreement causing financial delays for the payment of coffee to the producers; 2) the partners/producers: they present low crop productivity, there is a decrease in the sown area, they are elderly, there is a lack of generational change and they have minimal education; 3) the competition presents bad trade practices as well as the lack of establishment of standards and minimum international reference prices for coffee and 4) the complementary actors have low participation for innovation and competitiveness. Finally, the actors indicated actions to overcome the limitations found, among which the following stand out: improve negotiations with clients (importers) and encourage greater participation of producers in negotiations and updating of FT regulations. It is concluded that there is little participation among the strategic actors, there is only exchange of products/services between producers and importers, but there is no value-added, which means that there is no competitiveness to satisfying the consumption needs of the international client.

Keywords: producers, complementary actors, suppliers, clients, Fairtrade

2.3 INTRODUCCIÓN

El café es uno de los productos agrícolas de mayor importancia en el comercio mundial y México ocupa la onceava posición dentro de los países productores de café en el mundo (SADER, 2018). La producción mundial del cafeto para el ciclo 2018/2019 alcanzó el máximo histórico de 174.6 millones de sacos de 60 kg de café verde, esto implicó un crecimiento anual del 10.1 por ciento con respecto a la producción cafetalera de Brasil, asimismo el 80.5 por ciento de la producción mundial se comercializa en el mercado internacional (FIRA, 2019), este porcentaje demuestra que el café es un producto altamente comercializable y el mercado internacional define todo lo concerniente en la red de valor, por ejemplo, la ley de la oferta y la demanda de producto final.

En México, el café es un cultivo que agrupa diversos componentes, agentes y eslabones que integran redes y cadenas productivas; es generador de divisas y empleos siendo una de las principales fuentes de ingreso para grupos vulnerables, ya que integra alrededor de 30 grupos indígenas (CEDRSSA, 2018). El café se identifica con los grupos más vulnerables del campo mexicano, no obstante, la integración al ingreso no se ve reflejada en mejoras para las condiciones de vida de los productores.

En el estado de Veracruz hay 10 municipios cafetaleros: Huayacocotla y Papantla (zona norte); Atzalan, Misantla, Coatepec, Huatusco, Córdoba y Zongolica (zona centro); y Tezonapa y Los Tuxtlá (zona sur). La zona cafetalera del estado de Veracruz, específicamente la región central (Coatepec, Huatusco y Córdoba) es reconocida en el mercado internacional por su calidad, debido a sus condiciones de altura, clima y suelo, las cuales son óptimas para el cultivo del café (Mestries, 2006) y aporta el 80% de la producción total estatal de café (Castillo, 2019).

El sector cafetalero se ha visto fuertemente afectado por la variabilidad de los precios internacionales y el retiro del Estado en el fomento de la producción, lo cual impacta de manera directa, provocando rezago tecnológico, altos costos de producción, bajos rendimientos, pérdida de la calidad del café, descapitalización de los productores y la falta de control de la calidad (Mestries, 2006). Ante estos problemas, algunos Pequeños Productores (PP) han adoptado diferentes estrategias para sobreponerse a los precios bajos del café (Escamilla *et al.*, 2013); entre estas, se encuentra el comercializar el café en mercados diferenciados que otorgan un sobre precio al grano siendo los tres principales mercados: los diferenciados por calidad (gourmet, denominación de origen), las certificaciones verdes (orgánico, sustentable, C4, Rainforest

Alliance) y CJ, que implica aspectos organizativos, equidad, justicia social e incluye también aspectos económicos y ambientales (Nava-Tablada, 2012). El café bajo la certificación de CJ es considerado como una alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo, el ecologismo) que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores (Fairtrade, 2021). Las organizaciones de PP que cuentan con la certificación de CJ enfrentan diversos problemas propios del sector, ante este panorama y como parte de comprender a estos entes económicos como parte de un sistema social (Borgatti *et al.*, 2013) y generar estrategias de mejora para las empresas rurales en los territorios, se utiliza la aplicación del concepto de red de valor propuesto por Nalebuff y Brandenburger (2005), lo que permite identificar las relaciones que existen entre diferentes entidades que constituyen un sistema (Borgatti *et al.*, 2013) y que analiza la importancia y la interacción de los actores de la red, este concepto permite definir y comprender los cuatro grandes tipos de actores con los cuales una empresa rural puede interactuar para mejorar y ser competitiva, el modelo o enfoque de red remarca las simetrías existentes entre cada actor, considerando en el eje vertical los clientes y proveedores, los cuales desempeñan roles simétricos ya que son socios iguales en la creación de valor (Ireta-Paredes *et al.*, 2018); su análisis busca la competitividad de la cadena como sistema, con una visión de sostenibilidad económica, social y ambiental (Gottret, 2011). Es así que Varangis y Siegel (2003) consideran que existen oportunidades para el desarrollo de los productores cafetaleros para impulsar la competitividad, considerando mejoras en la innovación, las redes de valor y la organización. La finalidad de integrar la red de valor es identificar los roles y características de cada uno de los actores que participan en la empresa o sistema productivo, los problemas limitantes e identificar las alternativas de solución para enfrentar los problemas (Nalebuff y Brandenburger, 2005; Barrera *et al.*, 2013).

En el caso de la URPPC este enfoque no ha sido desarrollado, por lo anterior, el objetivo de este estudio es analizar los actores estratégicos de la red de valor de café de CJ de la URPPC para identificar los problemas y posibles alternativas de solución que permitan una operación eficiente.

2.4 MATERIALES Y MÉTODOS

Localización de área y enfoque del estudio: La región cafetalera de Huatusco, Veracruz es la más grande en extensión territorial 28,290.64 hectáreas y se encuentra ubicado en la zona centro del estado, en las coordenadas 19° 09´ de latitud norte y 96° 58´ de longitud oeste, a una altura de 1300 metros sobre el nivel del mar (SECTUR, 2021). La unidad de estudio fue la Unión Regional de Pequeños Productores de Café Agropecuaria Forestal y Agroindustrial de la Zona de Huatusco, Ver. S.S.S. (Sociedad de Solidaridad Social), esta organización inició su trabajo en 1982 y en 1991 se constituye como Sociedad de Solidaridad Social, planteando sus objetivos en mejorar las condiciones de vida de sus socios, con una propuesta de desarrollo local; abrir un mercado de alta calidad para el café; garantizar un precio mínimo al productor; y promover en los cafetales orgánicos la producción diversificada compatible con el cuidado del ambiente, a través del uso de buenas prácticas agrícolas (Unión Regional, 2021). La URPPC cuenta con 1,324 socios/productores (actualmente 800 activos), pertenecientes a 9 municipios de la zona centro del Estado de Veracruz (Zentla, Totutla, Sochiapa, Ixhuatlán del café, Comapa, Tlaltetela, Tenampa, Tlacotepec de Mejía y Huatusco). La investigación tuvo un enfoque mixto, considerando lo expuesto por Pole (2009), las cuales involucra datos cualitativos y cuantitativos en relación a entrevistas y test score, asimismo, se consideran fuentes primarias y secundarias para dar soporte a la investigación.

Características de los actores estratégicos de la red de valor: La información de la red de valor de café se obtuvo al aplicar entrevistas, usando encuestas semi-estructuradas (Santoyo *et al.*, 2002), a los actores estratégicos de la URPPC como: 1) importadoras/clientes; 2) proveedores/ socios o productores de café; 3) competidores y 4) actores complementarios.

Para el análisis de los socios/productores se utilizó un padrón de 800, los cuales se encuentran activos y que entregan café a la URPPC. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula simplificada para muestreo simple aleatorio, para la estimación de proporciones, pero con la condición de varianza máxima (Taro, 1967; Cochran, 1977), con respecto al tamaño de las unidades productivas activas considerando una precisión del 10% y confiabilidad el 90%, dando como resultado un total de 63 productores encuestados, considerando la siguiente información: 1) Sexo; 2) Municipio; 3) Edad; 4) Número promedio de hectáreas; 5) tipo de cultivo; 6) café a la venta; 7) rendimiento; 8) años de experiencia en el cultivo, así como la consideración de que

externaran las problemáticas y soluciones que sugieren para el sistema de comercio Fairtrade (o CJ), todo esto durante los meses de enero-junio 2021.

Para analizar las características de los demás actores estratégicos, se llevó a cabo a través de reuniones preestablecidas con los actores y con el consejo de administración de la URPPC; se eligieron al azar actores mediante el método “bola de nieve”, considerada por Gómez *et al.*, (2015) el cual consiste en escoger un conjunto de actores focales a los cuales se les aplicó el instrumento para la integración de la información.

El diseño de la encuesta utilizó la metodología propuesta por Muñoz-Rodríguez (2010) la cual contempló tres apartados: 1) generalidades del entrevistado y papel que desempeña en la red de valor; 2) problemas percibidos por los actores y 3) alternativas de solución por los actores principales.

2.5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El café (*Coffea arabica*) se acopia a través de la URPPC en cereza de forma: convencional, a través de certificado orgánico y con certificado de CJ. Para el cultivo de este café se necesitan de plantas principalmente de sombra, por lo tanto, necesita de árboles y arbustos, que la cubran. Además, es indispensable un suelo con humedad abundante y para su óptima calidad, es necesario cultivarla en una altura de 1000 a 1300 metros sobre el nivel del mar; condiciones edafoclimáticas encontradas en la región de Huatusco (Danzos, 2007). La URPPC lleva a cabo el proceso post cosecha (vía húmeda y seca); así que los productos obtenidos para su comercialización son café oro lavado o suave (vía húmeda) o café oro natural (vía seca), que es exportado con la certificación de CJ.

2.5.1 Descripción de los actores estratégicos de la red de valor de la URPPC

Los clientes/importadoras son individuos y empresas que compran el producto que ofrece la URPPC (café verde), mismos que refieren altos estándares de calidad y lo comprueban a través de visitas a los centros de producción, auditorias, encuestas y presentación de informes (Ceccon y Ceccon (2010), se caracterizan por ser intermediarios entre los productores y los consumidores responsables. Los clientes (las importadoras/empresas) que compran a la URPPC pertenecen a la Red de clientes de CJ y que cumplen los estándares que marca este tipo de comercio, mismos que se gestionan por medio de la URPPC, donde las importadoras y el agente aduanal son los medios para hacer llegar el café a los clientes. Dentro de los clientes principales se encuentran:

Cuadro 2.1. Principales clientes/importadoras de la URPPC.

Cliente principal	País
Louis Dreyfus	México
CAFIVER	México
Best Coffee, SRL	Italia
Sustainable Harvest	E.E.U.U
Interamerican Coffee	Londres

Los proveedores: son los actores e instituciones que proporcionan lo necesario para la producción agrícola en relación a insumos y servicios, en donde también funcionan como proveedores principales los productores/socios ya que entregan el café cereza a la URPPC para ser procesado y después exportado.

Proveedores servicios: Para el caso de la URPPC la mayor inversión en gastos que tiene en relación al estándar Fairtrade es el pago de la misma certificación o inspección, la cual debe ser cubierta anualmente.

Asimismo, se pagan servicios fitosanitarios para las pruebas de laboratorio que requieren elaborar para comprobar la calidad del café como a Red Tef a través de SENASICA (Servicio nacional de sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) y para análisis de agroquímicos con AGROLAB.

Proveedores de materia prima (café cereza): Los principales proveedores de la URPPC son los Socios/Productores, los cuales son todos los cafeticultores que pertenecen formalmente a la organización de PP y que entregan el café para ser administrado, esto se da a través de 12 centros receptores de acopio, distribuidos alrededor de los 9 municipios que incluye el estudio. Para vender el café a través de CJ los cafeticultores deben de pertenecer a una organización de PP formalmente establecida, ya que no se acepta el café de productores individuales o no organizados, en donde al menos el 50% del acopio del café provenga de productores de este perfil y que sean productores de pequeñas extensiones de tierra. Por otro lado, el productor se caracteriza por contar con mano de obra familiar, con la finalidad de poder mejorar las condiciones de vida de sus familias. En el aspecto agronómico, la norma de CJ recomienda productos con etiqueta verde que promuevan prácticas sustentables, para su utilización como fertilizantes y abonos para nutrición, manejo de plagas y enfermedades, control biológico entre otros. En el aspecto financiero los productores que entregan el café a la URPPC, tienen 4 esquemas de pago: A) a remate: en donde se paga el precio

del café subastado al día; B) Anticipo: Es el pago que le realizan al productor de un máximo del 70% del valor total de la materia prima y al final de la cosecha se hace la liquidación acordando un mejor pago; C) A consignación 1: es cuando el productor deja el café a la organización y le es liquidado en cuanto indique el productor, dando la instrucción de fijación; D) A consignación 2: es cuando el productor deja el café para ser maquilado en la organización y pueda ser pagado como café verde.

En general, los productores se caracterizan por tener amplia experiencia en el cultivo (27 años en promedio de antigüedad con la actividad) y de edad avanzada (56 años promedio) con extensiones menores de tierra (3 hectáreas en promedio), datos que se encuentran resumidos en la figura número 2.1.



Figura 2.1. Perfil de los productores de la URPPC (2021).

Los actores complementarios son los organismos o instituciones que permiten que el cliente valore el producto obtenido, se enfocan en la asistencia técnica o comercial del producto final (Ireta-Paredes, *et al.*, 2018). Para el caso de la URPPC tienen colaboración con la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) y de la red de la Coordinadora Mexicana de Comercio Justo; en estas organizaciones los productores tienen voz y voto para decisiones con respecto al sector, así como para solicitar capacitación en diversos temas como: cambio climático, equidad de género, igualdad, democracia, salud, fortalecimiento organizacional, entre otros. También la URPPC se ha visto favorecida con la participación de AVERCAFÉ a través del Sistema Producto Café, SEDARPA, Financiera

Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero y FIRA, las cuales han colaborado de forma activa con la organización de productores. Por otro lado, la SADER, INCA RURAL, INIFAP, AMECAFÉ y Universidades locales, nacionales e internacionales (de Francia, E.E.U.U., Colombia y Costa Rica), han aportado valor a la URPPC pero de manera intermitente.

Los competidores: son las organizaciones o empresas que compiten con la URPPC para el acopio del café. Los competidores directos son grandes empresas que realizan innovación y la desarrollan mayormente en sus países sede, lo que implica un escaso derrame de conocimiento tecnológico para las plantas locales (Amaro-Rosales y de Gortari-Rabiela, 2016). En el cuadro 2.2. se detallan las características de los competidores de la URPPC.

Cuadro 2.2. Detalle de competidores directos de la URPPC en el municipio de Huatusco, Veracruz

Competidor	Características
AMSA (Agroindustrias Unidas de México)	Empresa particular que cuenta con 11 sucursales, 11 beneficios secos, 7 beneficios húmedos y 13 centros de compra, lo que los convierte en una de las empresas líderes a nivel nacional. Para el estado de Veracruz, el beneficio se encuentra en Huatusco. Exportan a países como E.U.A., Puerto Rico, Japón, Australia, Suecia, Holanda, Alemania, Suiza, Inglaterra y Emiratos Árabes Unidos, entre otros
Beneficiadores de café Aresca, S.A. de C.V.	Es una empresa dedicada al sector de compra y venta de café en Huatusco, Veracruz, los cuales también son proveedores para la maquila del café.
Don Pepe Coffee	Empresa mexicana con más de 30 años de experiencia en la comercialización de café, actualmente, mantiene sus instalaciones en perfecto estado y siendo pioneros en la modernización de la industria cafetalera. Es una de las pocas empresas de su tipo que a nivel nacional surte café a la compañía Nestlé México, cumpliendo con la normativa de la calificación NQS (Nestle Quality system).
Cafés California	Empresa internacional con más de 60 años de experiencia, que desempeña un papel importante en el negocio de exportación de café de México con una cuota de mercado de alrededor del 20%, además es uno de los principales proveedores de café de la industria local. Dedicada a la producción, comercialización y exportación de café.
Café La Laja	Además de beneficio húmedo y seco. Por su capacidad instalada, tecnología de punta y procesos sustentables, La Laja es una de las industrias cafetaleras más importantes del país.
Cafés Tomari / Caffennio	Empresa líder con 80 años de trayectoria, dedicada al desarrollo de productos y conceptos innovadores en torno a la cultura del café.
PAHSA, S.C de R.L.	Empresa con amplia trayectoria en el mercado, ubicada en Huatusco, Veracruz, su principal actividad es la comercialización de café verde y tostado, así como la venta de café gourmet tostado al mayoreo y menudeo.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas e información de la web

A continuación, se muestra la estructura de la red de valor del café de CJ de la URPPC (Figura 2.2), en donde se visualizan a los actores estratégicos que aportan valor a la organización de PP.

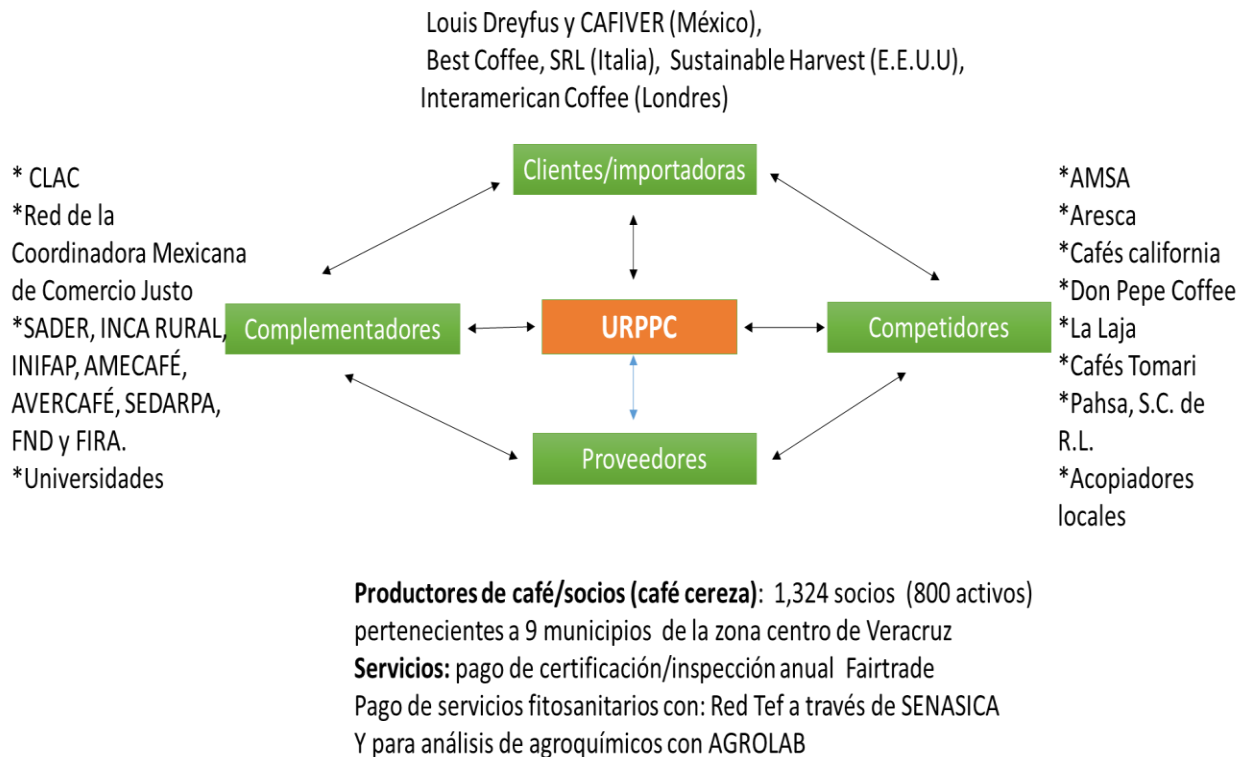


Figura 2.2. Estructura de la red de valor del café de CJ de la URPPC (2021)

En relación a la rentabilidad económica para el caso del precio del café, se determina en los mercados financieros como *commodity*, esta categoría incluye algunas materias primas, incluyendo varias de alimentación, las cuales se establece mediante contratos de futuros, es decir, se pacta el precio y condiciones de una entrega de café en el futuro como cobertura ante posibles fluctuaciones, en donde se tienen precios mínimos establecidos. El precio mínimo “Fairtrade” (Comercio Justo) es un valor que debe ser respetado en todas las transacciones con café Fairtrade. Este valor varía por la especie (arábica o robusta) y por procesos de post cosecha (lavado o natural). El precio mínimo Fairtrade es establecido como el café FOB (Free On Board), término utilizado en comercio internacional que significa colocado al lado del navío y desembarcado para exportación (Fairtrade, 2016). En los cuadros 2.3 y 2.4 se detalla el pago mínimo por quintal para cafés arábigos lavados y natural respectivamente.

Cuadro 2.3. Pago mínimo del quintal de café Fairtrade lavado de cultivo convencional y orgánico

Criterios de CJ	Convencional	Orgánico
Precio Mínimo Fairtrade:	\$140 USD	\$140 USD
Prima Fairtrade*:	\$ 20 USD	\$ 20 USD
Precio comercial:	\$160 USD	\$160 USD
Diferencial orgánico:		\$ 30 USD
Total a pagar por quintal en oro lavado:	\$160 USD	\$190 USD

Fuente: Manual de cálculos de precios Fairtrade (2016)

Pago por quintal de café (igual a 100 libras y aprox. 46 kg. de café verde)

* La Prima Fairtrade es una suma de dinero adicional, pagada además del precio de venta, que los agricultores o trabajadores invierten en proyectos de su elección (Flocert, 2021).

Cuadro 2.4. Pago mínimo del quintal de café Fairtrade natural de cultivo convencional y orgánico

Criterios de CJ	Convencional	Orgánico
Precio Mínimo Fairtrade:	\$135 USD	\$155 USD
Prima Fairtrade:	\$ 20 USD	\$ 20 USD
Precio comercial:	\$155 USD	\$175 USD
Diferencial orgánico:		\$ 30 USD
Total a pagar por quintal en oro natural:	\$155 USD	\$185 USD

Fuente: Manual de cálculos de precios Fairtrade (2016)

Pago por quintal de café (igual a 100 libras y aprox. 46 kg. de café verde).

2.4.2 Problemas identificados en la red de valor de CJ de la URPPC

El problema principal de los clientes (importadoras) son las pérdidas derivadas, en algunas ocasiones, por el rechazo del café por falta de calidad; situación en la cual los PP no se hacen responsables y las pérdidas solo las enfrenta la URPPC como organización cafetalera. Al respecto, Berdegú (2000) menciona la importancia de un sistema de reglas dentro de las organizaciones que cuenten con sanciones graduales y eficaces ante el incumplimiento o problemas que enfrente la propia organización de PP.

Según las normas de CJ los productores deben recibir un pago anticipado a la cosecha para que los productores financien su producción y eviten incurrir en deudas y posibles prácticas de usura (Hira

y Ferrie, 2006), en la práctica, la URPPC ha logrado negociar el pago del 60% del café cuando éste llega a la naviera y se expide el documento BL (Bill of Lading), el otro 40% es pagado cuando llega el café al destino (de 30 a 40 días), lo que provoca el apalancamiento de efectivo para la organización de PP y con ello el atraso del pago hacia el productor. Ceccon y Ceccon (2010) mencionan sobre la importancia de las importadoras con respecto al financiamiento, ya que ofrecen ayuda financiera por medio de préstamos, pre- financiamiento de las compras o buscando fuentes externas de financiamiento. Para el caso de la URPPC, las importadoras solo recomiendan fuentes externas de financiamiento, pero toda la gestión la debe realizar la organización de productores por su cuenta.

Dentro de los principales proveedores que se tienen son los socios/productores de la URPPC, ya que son los que entregan el café en cereza para ser procesado.

De los productores encuestados la mayoría (98%) externó la falta de financiamiento por parte de la URPPC y esto provoca que no toda la producción de los cafecultores se entregue para CJ, dato que coincide con lo mencionado por Rodríguez-Hernández *et al.*, (2016) en donde se refiere a la alta capacidad y liquidez financiera de las empresas competidoras o acopiadores locales, los cuales pagan de contado el café, aunque esto les provoque a los PP el vender el café a un precio por debajo del establecido.

Los socios/productores en su mayoría son adultos de edad avanzada (edad promedio de 56 años); al respecto, Nava-Tablada y Martínez-Camarillo (2012) lo consideran como una amenaza para el futuro de la cafecultura, ya que pone en riesgo la existencia de un “relevo generacional” que asegure la continuidad del sector. Por otro lado, varios productores han decidido invertir en otros cultivos, que desde su perspectiva son más rentables, no obstante, esto ha causado daño en el ecosistema natural. Asimismo, se identificó la baja productividad del cultivo con relación al rendimiento. En general el rendimiento por hectárea promedio según CEDRSSA (2018) es de 1.4 toneladas de café cereza a nivel nacional, lo que corresponde a 5.86 quintales por hectárea. Según datos de la URPPC, el rendimiento aproximado de la región cafetalera centro del estado es de 8 a 10 quintales por hectárea; sin embargo, el rendimiento que tienen los cultivos de los PP de los municipios de estudio es de 5 t ha⁻¹ en promedio (para la cosecha del ciclo 2020/2021); esto se debe a diversos factores, como ambientales, genéticos y de escaso manejo para el cultivo. Por lo tanto, existe un área de oportunidad importante para mejorar la relación rendimiento y calidad. Finalmente, la educación de productor es básica (primaria incompleta), lo que limita a que no haya

mejoras en innovación y competitividad organizativa y empresarial; estos y otros elementos son los que perpetúan la pobreza y la marginación en gran parte de la región central en el estado de Veracruz (Apodaca *et al.*, 2013). Otro problema que limita el abastecimiento y satisfacción de las necesidades de consumo del cliente internacional es la falta de promover en los productores el cultivo de un café de especialidad para poder obtener un diferencial positivo y vender café por encima de los 80 puntos de catación.

Con lo que respecta a los proveedores de servicios, se encuentra principalmente los gastos por la inspección anual Fairtrade, análisis químicos y fitosanitarios, mismos que brindan condiciones nulas de crédito, lo que limita a la organización de PP ya que los recursos financieros son restringidos.

Con relación a los actores complementarios, existe una limitada participación, asesoría o mentoría, ya que la colaboración es mínima e intermitente, en donde se identifica la falta de comunicación y gestión para incorporar a complementadores que generen valor hacia la URPPC, por lo cual es determinante reactivar el departamento de asistencia productiva (con el cual cuenta la URPPC) para trabajar sobre un plan estratégico que impulse la competitividad de la organización, promuevan la calidad y haya gestión del conocimiento. Daqui (2013) analizó la importancia de las pequeñas industrias o productores en buscar fortalecer su vinculación con centros de investigación, fungiendo éstos como proveedores de conocimientos e innovación.

Los competidores: con respecto a la propia actividad, es que los competidores establecen campañas desleales para el acopio del café al precio más bajo y en regiones/municipios en donde hay cerca centros de acopio de organizaciones de CJ, la competencia ofrece precios iguales o un poco superior por el establecido por Fairtrade, como estrategia y mala práctica de comercio. Asimismo, hay una falta de establecimiento de normas y precios mínimos de referencia internacional del café (para los acopiadores locales o empresas comercializadoras); para que sea regulado deben de participar las instancias gubernamentales en beneficio del sector, por medio de un marco legal y constitucional para la comercialización del café.

Con respecto a la rentabilidad económica, las principales limitantes resultan la falta de actualización del precio mínimo Fairtrade, lo que provoca que cada año haya menos ganancias, reglas estrictas y a veces confusas por parte del estándar. Asimismo, cada dos o tres años se actualizan las normas de Fairtrade y los costos por la certificación, lo que representa desembolso de dinero, principalmente para el PP. En este contexto, Ceccon y Ceccon (2010) mencionan que

una de las principales críticas de la certificación de CJ son los procesos estrictos, los cuales provocan que algunos productores creen que el sistema de certificación y regulación de CJ este guiado más por cuestiones comerciales que por la solidaridad.

En resumen, el principal problema que enfrenta la red de valor de café de CJ de la URPPC, identificado durante las entrevistas, fue la falta de interacción de todos los actores estratégicos, para que cada uno aporte valor a la red de la URPPC, en donde se presenta mayor interacción es entre los productores/socios y los clientes (importadoras) ya que de ellos depende el intercambio de productos y/o servicios. Asimismo, se identificó la falta de estrategias competitivas para satisfacer las necesidades de consumo del cliente internacional, ofreciendo un café de especialidad y por otro lado, mejorar el aspecto financiero, ya que ambos procesos son los que mueven a toda la red en aras de generar utilidades y mejores condiciones para los productores.

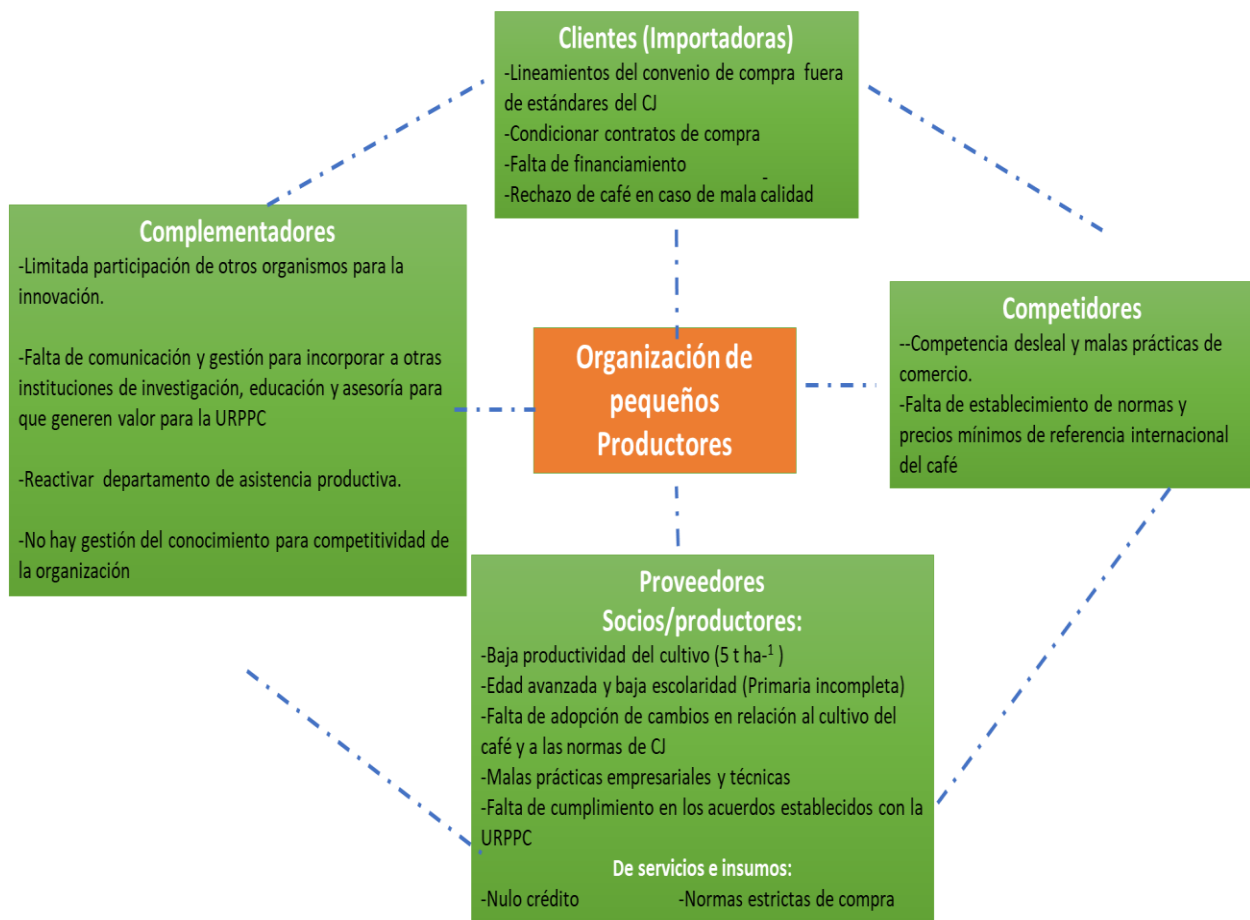


Figura 2.3. Problemas identificados en la red de valor del café de CJ de la URPPC (2021).
Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por cada actor

2.4.3 Alternativas de solución por los actores principales del café de CJ de la URPPC

Algunos de los actores indicaron acciones para superar las limitantes encontradas entre las que destacan: mejorar las negociaciones con los clientes (importadoras) para llegar a excelentes acuerdos de compra, donde no se afecte la operatividad financiera de la organización de productores y por ende, a las condiciones de vida de los cafecultores de la región. Asimismo, que los PP intervengan en las negociaciones y actualización de las normas de CJ para mejorar las condiciones que ofrece la norma en relación al pago económico que está establecido en el mercado de futuros. Este punto es similar para todos los países y regiones, en donde se analizó que las condiciones económicas y sociales de los productores no son las mismas. Los productores comentaron que a través del esquema de CJ, si obtienen mejores ingresos económicos ya que de lo contrario, sería el panorama menos alentador. Por lo cual, se debe de promover estrategias para facilitar técnica, financiera y administrativamente la certificación para los productores con el fin de mejorar tiempos, rendimientos económicos y agilizar la red de valor del café de CJ, misma que se explica en la Figura 2.4

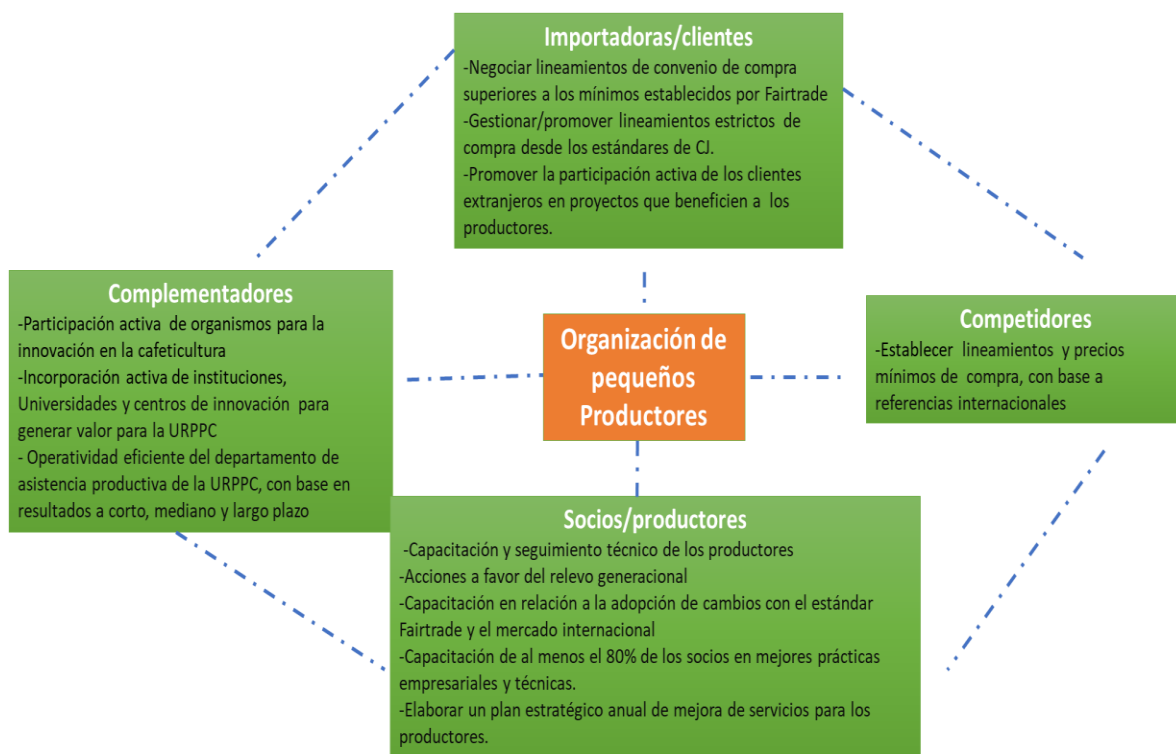


Figura 2.4. Alternativas de solución por los actores de la red de valor del café de CJ de la URPPC (2021).

2.6 CONCLUSIONES

El análisis de la red de valor del café de CJ permitió identificar a los actores, la relación e importancia que cada uno tiene en la red para la URPPC, además se detectaron las limitantes observadas por cada actor y las alternativas de solución para superarlas, desde el punto de vista de los mismos actores. Se concluye que existe una escasa participación entre los actores estratégicos, ya que los que mayormente interactúan son los productores/socios y las importadoras, principalmente por el intercambio de productos/servicios, pero no hay agregación de valor, lo que provoca que no haya competitividad para satisfacer las necesidades de consumo del cliente internacional.

2.7 LITERATURA CITADA

- Amaro-Rosales M. y R. de Gortari-Rabiela. 2016. Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz. *Economía informa*. 400: 86-104.
- Apodaca G. C., J.P. Juárez S., B. Ramírez V., G. Ramírez V. y G. C. Ortiz C. 2013. Cafeticultura y pobreza en el estado de Veracruz: una relación estrecha. *Rev. geogr. Valps*. 49: 16–29.
- Barrera R., A.I., J. Baca D.M., H. Santoyo C. y C. Reyes A. 2013. Propuesta metodológica para analizar las redes de valor agroindustriales. *Revista Mexicana de Agronegocios*. 32: 231-244.
- Berdegú, J. A. 2000. Cooperando para competir: factores de éxito en las empresas asociativas campesinas. *Red internacional de metodología de investigación en sistemas de producción*. 97 p.
- Borgatti, S. P., M. G. Everett, and J. C. Johnson. 2013. *Analyzing social networks*. Thousand Oaks, CA. Sage Publications. London, UK. 296 p.
- Castillo, M. 2019. La tradición del café de Veracruz. <https://www.eluniversal.com.mx/menu/la-rutadel-cafe-veracruzano>. (Consulta: agosto 2021).
- Cecon R. B. y E. Cecon. 2010. La red del Comercio Justo y sus principales actores. *Investigaciones geográficas*. 71: 88-101.
- CEDRSSA (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria). 2018. El café en México: Diagnóstico y perspectiva. bit.ly/3OVVGjc (Consulta: junio 2021).
- Cochran, W. 1977. *Técnicas de muestreo*. México: CECSA, 507 p.
- Danzos, R. H. 2007. La agricultura orgánica como alternativa al uso de plaguicidas: el caso de Huatusco, Veracruz. Tesis de maestría en Sociología. Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Ciencias Sociales y Políticas 150 p.
- Daqui, X. 2013. Research on Improving the Technological Innovation Capability of SMEs by University-Industry Collaboration. *Journal of Engineering Science y Technology Review*, 6: 100–104.

- Escamilla P. E., G. Castillo P. y S. Díaz C. 2013. Situación actual y potencialidades del café en Veracruz. P. 153-186. In: Pérez Akaki, Pablo y Alma Amalia González (coord). Del sabor a café y sus nuevas invenciones. Escenarios cafetaleros de México y América Latina. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, México
- Fairtrade. 2016. Manual de cálculos de café. <http://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/04/Manual-c%C3%A1lculo-de-precios-del-caf%C3%A9-ok.pdf> (Consulta: junio 2021).
- Fairtrade. 2021. Definición de Comercio Justo. <http://www.fairtrade.com.mx/> (Consulta: junio 2021).
- FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura). 2019. Panorama Agroalimentario 2019. Café 2019. <https://www.inforural.com.mx/wp-content/uploads/2020/03/Panorama-Agroalimentario-Caf%C3%A9-2019.pdf> (Consulta: enero 2021).
- Flocert (Fairtrade Labelling Organizations Certification). 2021. <https://www.flocert.net/es/glossary/prima-fairtrade/> (Consulta: septiembre 2021).
- Gómez, C. T., J.A. Zarazúa., L.A. Guillén C., J.E. López C., y R. Moreno V. 2015. Redes sociales empresariales y desarrollo local: Esquemas en agroempresas de Chiapas. *Revista Mexicana de Agronegocios*. 37: 159-172.
- Gottret, M. V. 2011. Orientación estratégica con enfoque en cadena de valor para la gestión de empresas asociativas rurales. Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Turrialba, Costa Rica. 120 p. <https://bit.ly/3kAp6oM> (Consulta: junio 2021).
- Hira, A. & J. Ferrie. (2006). Fair Trade: Three Key Challenges for Reaching the Mainstream. *Journal of Business Ethics*. 63: 107-118.
- Ireta-Paredes A., P. Pérez-Hernández, J. Bautista-Ortega y L. Rosas-Herrera. 2018. Análisis de la red de valor Calabaza Chihua (*Cucurbita argyrosperma* Huber) en Campeche, México. *Agrociencia*. 52: 51-167.
- Mestries B. F. 2006. Migración internacional y campesinado cafetalero en México. Fases circuitos y trayectorias migratorias. *Análisis Económico*. 21: 263-289.
- Muñoz-Rodríguez, M. 2010. Identificación de problemas y oportunidades en las redes de valor agroalimentarias. P. 103-166. In: J. Aguilar Ávila, J. R. Altamirano Cárdenas, y R. Rendón Medel (Eds.). *Del Extensionismo Agrícola a las Redes De Innovación Rural*. México, D.F. 282 p.
- Nalebuff, B. y M. Brandenburger, 2005. *Coo-petencia*. Grupo Editorial Norma. Bogotá Colombia
- Nava-Tablada M. E. and E. Martínez-Camarillo. 2012. International migration and change in land use in Bella Esperanza Veracruz. *Tropical and Subtropical Agroecosystems*. 15: 21-29.
- Nava-Tablada, M. E. 2012. Migración internacional y cafeticultura en Veracruz, México. *Migraciones Internacionales*. 6: 139-171.
- Pole, K. 2009. Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Revista Renglones*, 52: 37-42.

- Rodríguez-Hernández, O., V. H. Santoyo-Cortés, M. Muñoz-Rodríguez y B. Rodríguez-Padrón. 2016. La posición competitiva de las organizaciones cafetaleras en Huatusco, Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 7: 2965–2979.
- SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural). 2018. México, onceavo productor mundial de café. <https://bit.ly/37Uzvvcu> (Consulta: febrero 2021).
- Santoyo, H., P. Ramírez., y M. Suvedi. 2002. Manual de evaluación de programas de desarrollo rural. México. <https://ciestaam.edu.mx/libro/manual-la-evaluacion-programas-desarrollo-rural-2/> (Consulta: junio 2021).
- SECTUR (Secretaría de Turismo y Cultura). 2021. Huatusco. <https://veracruz.mx/destino.php?Municipio=71> (Consulta: julio 2021).
- Taro, Y. 1967. *Elementary sampling theory*, Benjamin J. Tepping, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.,USA, 1967. pp. 4.
- Unión Regional de Pequeños Productores de Café. 2021. <https://www.algrano.com/es/groups/11084> (Consulta: junio 2021).
- Varangis, P., y P. Siegel. 2003. Región centroamericana La crisis cafetalera: Efectos y estrategias para hacerle frente. Banco Mundial. <https://onx.la/a4e47> (Consulta: agosto 2021).

CAPÍTULO III. CALIDAD DE VIDA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ EN LAS ALTAS MONTAÑAS DE VERACRUZ, MÉXICO³

WELFARE OF SMALL COFFEE FARMERS IN THE HIGH MOUNTAINS OF VERACRUZ, MEXICO

3.1 RESUMEN

Introducción. La Región de las Altas Montañas (RAMVER) es la de mayor importancia productiva y socioeconómica en la cafecultura del estado de Veracruz y una de las más representativas del sector a nivel nacional. **Objetivo.** Describir y valorar la Calidad de Vida (CV) de los Pequeños Productores (PP) de café en 11 municipios, diferenciando a los Productores Organizados (POR), de los Productores que no están Organizados (PNO), a través de una valoración objetiva y subjetiva. **Materiales y métodos.** Se utilizó la técnica de la encuesta aplicando 150 cuestionarios, con preguntas abiertas y cerradas en 11 municipios de la RAMVER, se creó una base y los datos fueron analizados con Statistica V8 para obtener medidas de tendencia central y análisis bivariado de datos. **Resultados.** En la valoración objetiva se identifica que los PP tienen educación mínima (primaria), el ingreso no es el adecuado (requieren actividades extra finca con un ingreso promedio anual neto de MEX\$9,000 a MEX\$25,000); el costo de la salud se incrementó (por pandemia COVID-19) y se carece de una alimentación apropiada (19 a 25 comidas por mes); en la valoración subjetiva existe inseguridad y desconfianza con las autoridades gubernamentales, sin embargo, los productores se han adaptado a vivir en contextos socioeconómicos adversos, ya que a pesar de ello, valoran la vida en comunidad, las relaciones intrafamiliares y su entorno (la cafecultura), esto pudiese ser influenciado por su propia cosmovisión. **Conclusiones.** Así, con o sin conocimiento sobre el concepto objeto de estudio, los productores han desarrollado una capacidad aprendida o adquirida en lo individual y en lo colectivo para adaptarse al entorno.

Palabras clave: Alimentación, educación, relaciones interpersonales, gobierno, acceso servicios.

³ Revista: Agronomía mesoamericana. Vol. 34(1) Año: 2023

3.2 ABSTRACT

Introduction. The High Mountains Region (HMR) is the region with the greatest productive and socioeconomic importance in coffee growing in the state of Veracruz and one of the most representative of the sector at the national level. **Objective.** Was to describe and assess the Quality of Life (QoL) of the Small Producers (SP) of coffee in 11 municipalities, differentiating the Organized Producers (OR), from the Producers that are not Organized (PNO), to through an objective and subjective evaluation. **Materials and methods.** The survey technique was used by applying 150 questionnaires, with open and closed questions in 11 municipalities of the HMR, a database was created and the data were analyzed with Statistica V8 to obtain measures of central tendency and bivariate data analysis. **Results.** In the objective assessment, it is identified that the PP have minimum education (primary), the income is not adequate (they require activities outside the farm with an average annual net income of MEX\$9,000 to MEX\$25,000); the cost of health has increased (due to the COVID-19 pandemic) and proper nutrition is lacking (19 to 25 meals per month); In the subjective assessment there is insecurity and distrust with the government authorities, however, the producers have adapted to live in adverse socioeconomic contexts, since despite this, they value community life, intra-family relationships and their environment (coffee growing), this could be influenced by your own worldview. **Conclusion.** Thus, with or without knowledge of the concept under study, producers have developed a learned or acquired capacity individually and collectively to adapt to the environment.

Keywords: Food, education, interpersonal relations, government, access to services.

3.3 INTRODUCCIÓN

El café es uno de los productos agrícolas de mayor importancia en el mundo; México ocupa el 11° lugar dentro de los productores de grano verde y el 1° en orgánico (SADER, 2018; CEDRSSA, 2020). El 80% de la producción nacional se enfoca a la exportación y 20% al mercado interno (FIRA, 2019). Este cultivo se considera, en la Ley de Desarrollo Sustentable (LDRS), como estratégico por su importancia productiva, socioeconómica y ambiental (CEDRSSA, 2020). La especie arábica, en sus diversas variedades, es la más sembrada a nivel nacional (96%). Esta industria representa el 0.66% del PIB agrícola nacional. Veracruz (24%) es el segundo productor en el país (primero Chiapas 41% y tercer lugar Puebla con el 15%) y cuenta con la denominación de origen de “Café Veracruz” (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019).

El Estado cuenta con 212 municipios, se divide administrativamente en 10 regiones: Huasteca Alta y Baja, Totonaca, Nautla, Capital, Altas Montañas, Sotavento, Papaloapan, Tuxtla y Olmeca (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019). La producción minifundista de café se localiza en los municipios de Chicontepec, Atzalan, Tezonapa, Papantla y Zongolica mientras que la industrial-comercial en Huatusco, Coatepec y Córdoba; en esta zona se concentra la mayor producción (56%), superficie (>73 mil ha) y número de productores (>42 mil productores) (Nava-Tablada y Hernández, 2017).

La RAMVER (6,350.85 km²; 1,300,000 habitantes), tiene 57 municipios; de estos el 56% son considerados urbanos y 44% rurales (50% del territorio se destina a la agricultura). Su población económicamente activa (PEA) supera los 430 mil personas (42% sector servicios, 36% sector primario y 22% industria). El 60% de los municipios (14) son indígenas (>140 mil habitantes), de la región se consideran como de alta y muy alta marginación (pobreza multidimensional) y tiene el menor en ingreso per cápita en el Estado; sólo 15 municipios son de importancia económica e industrial ubicados en las zonas metropolitanas de Córdoba y Orizaba (Gobierno del Estado de Veracruz, 2013; Gobierno del Estado de Veracruz 2019). La RAMVER, presenta un contraste entre la importancia productiva y económica que tiene para la producción de café con limitantes en cuanto a vivienda, salud y educación (hacinamiento, escaso acceso a servicios y analfabetismo, entre otros); de ahí la importancia de determinar la CV en la región.

La presente investigación se basó en el enfoque en agroecosistemas con la finalidad de contribuir al conocimiento de estudios referentes al grado de bienestar de la población en zonas rurales, así

como al análisis y discusión sobre el concepto de CV desde dos puntos de vista, al parecer antagónicos: objetivo y subjetivo.

Con base a los antecedentes presentados, el objetivo de la investigación es determinar la CV de los PP de café en la RAMVER, México, desde el punto de vista objetivo y subjetivo, diferenciando a los Productores Organizados (POR) de los Productores que no están Organizados (PNO), con la finalidad de identificar las condiciones en las que viven los PP. Para ello se consideró como hipótesis que la integración del esquema de CJ permite una mayor CV en comparación con modelos tradicionales de producción de café.

3.4 BASES TEÓRICAS-CONCEPTUALES

El enfoque en agroecosistemas tiene sus bases en el holismo y en la teoría general de sistemas propuesta por Bertalanffy (1976); basado en estos principios, se parte del planteamiento en que no existen unidades aisladas sino que éstas interactúan, como un sistema organizado y articulado y las partes que lo integran se interrelacionan e interactúan con un propósito o finalidad (Chiavenato, 1997) por lo que la sumatoria de sus partes es mayor que el estudio de sus componentes de manera aislada (Altieri, 1995). De esta manera, dicho enfoque ocupa diferentes disciplinas tanto de las ciencias naturales como sociales para el estudio y análisis desde diferentes niveles jerárquicos (parcela, localidad, región, entre otros) (Ruiz, 2006); por tanto, se consideran aspectos físicos, biológicos y agroecológicos pero también productivos y sociales en el proceso social de la agricultura como fuente productora de alimentos; en este sentido el papel que juega el ente controlador del agroecosistema es preponderante para las decisiones que toma sobre el mismo.

De esta visión parten dos vertientes sobre los agroecosistemas; por un lado, el valor intrínseco que tienen (egocéntrica) y por la utilidad y/o beneficios que proporciona al hombre cuando éste lo modifica para la producción de alimentos (antropocéntrica) (Sans, 2007) siendo ambos complementarios para entender la relación que existe entre la sociedad y la naturaleza.

Desde su primera conceptualización por Harper (1974) y su introducción a México por Hernández X. (1977) el concepto de agroecosistema ha ido evolucionando y/o modificándose acorde a las necesidades de las investigaciones y estudios donde se ha empleado. Se le ha considerado como un ecosistema modificado por el hombre para la producción de alimentos, bienes y servicios (Altieri, 1995; Gliessman, 2002), como la unidad de estudio en diferentes niveles jerárquicos (Mariaca, 1993; Sandoval y Villanueva, 2009); como sistemas ecológicos o sistemas de relaciones

entre los involucrados en la agricultura (Ruiz, 2006), como unidades autopoiéticas (Martínez-Dávila y Bustillo-García, 2008) y como modelo abstracto y método de investigación que representa la unidad de estudio para interpretar la realidad agrícola (Vilaboa *et al.*, 2009), entre otros; siendo este último el concepto que se utilizó para el desarrollo de la investigación, en donde se diseñó un modelo conceptual del agroecosistema café (Figura 3.1.).

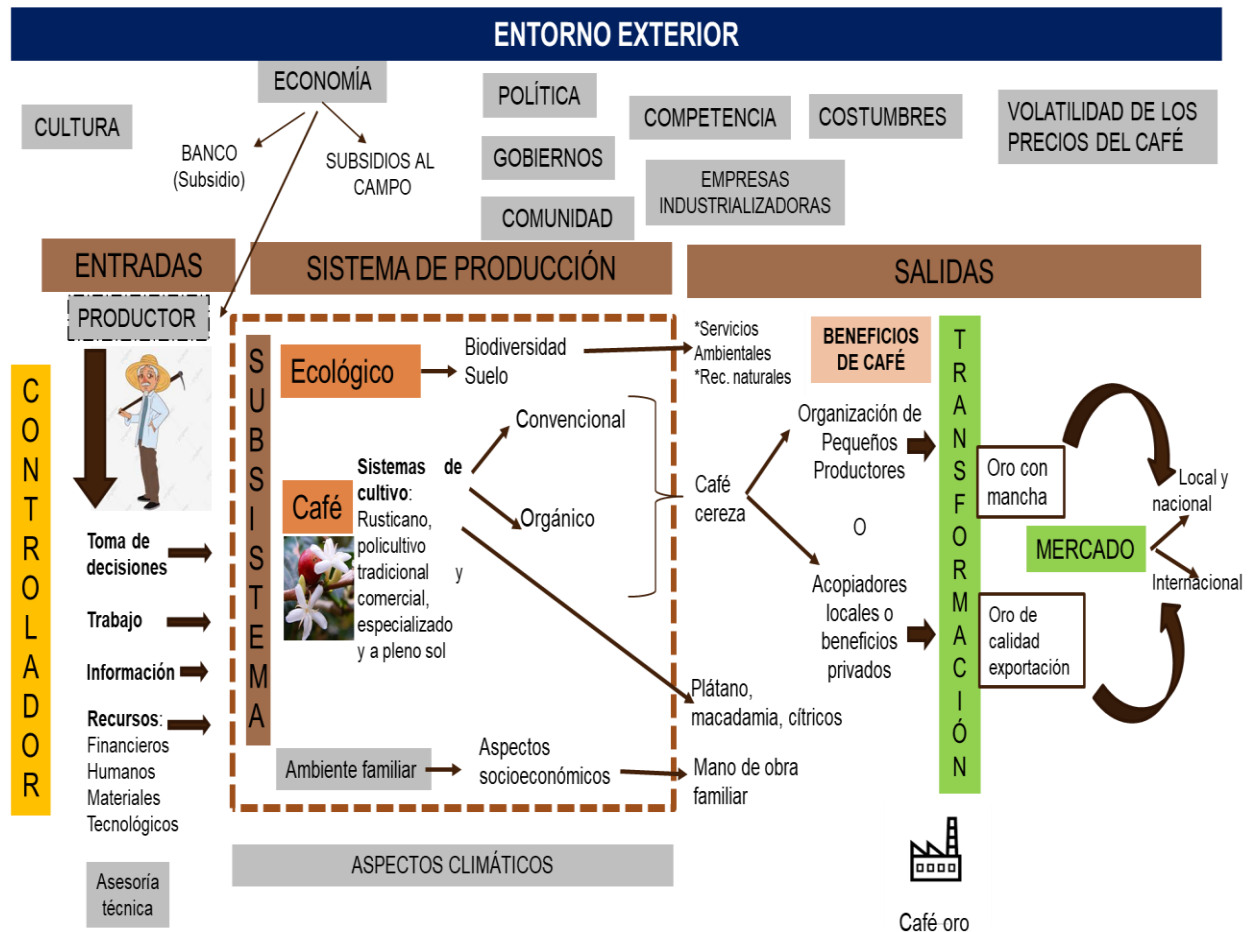


Figura 3.1. Modelo conceptual de agroecosistema cafetalero en la Región de Las Altas Montañas, Veracruz, México.

Fuente: elaboración propia según trabajo de campo 2019 y 2020

El concepto de CV inició en la década de los 80's, en un principio se utilizó en el diseño de políticas públicas y posteriormente se fue utilizando por organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Mundial de la salud (OMS), por citar algunos, para determinar el bienestar en la población de diversos países (Moscoso-Sánchez y Moyano, 2009). Objetivamente,

se considera como un indicador de satisfactores y/o bienes materiales en el modo de vida de las personas (Moreno y Ximénez, 1996; Manfredis y Actis, 2017); por tanto, debe presentar el principio de universalidad, mejores beneficios para la mayor cantidad de población posible, además de generar capacidades que permitan a las personas acceder a un mejor nivel de bienestar (Doyal y Gough, 1994; Sen, 2000; Veenhoven, 2000). Por otra parte, subjetivamente, se define como “la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, expectativas, normas e inquietudes” (Organización Mundial de la Salud, 1995).

En este sentido, según Diener (1994); Manfredis y Actis (2017) y Jaramillo (2016), hay tres aspectos a destacar: 1) Se considera a la felicidad como una situación deseable-aspiracional no como una cuestión medible-realizable; 2) el informante se autoevalúa para determinar su propia CV; y por tanto, 3) influye un aspecto emocional propia del mismo donde la percepción positiva es mayor a una posible evaluación negativa pues se determina como se quiere estar, cómo se entiende el concepto de CV y cómo verse ante sí mismo y ante los demás.

La CV se ha conceptualizado desde una visión holística (Cornejo, 2016), polisémica (Sánchez, 2019), multidisciplinaria (Cardona y Agudelo, 2009), interrelacionando lo material y lo inmaterial (Nussbaum y Amartya, 1993), entre lo objetivo y lo subjetivo (Ardilla, 2003; Nava, 2012) asociado al bienestar individual y/o colectivo (Rojas *et al.*, 2012), como sinónimo de progreso (García, 2011a); con relación a cierta estabilidad financiera y acceso a servicios (Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012) y grado de satisfacción (Fernández-López *et al.*, 2010) desde un contexto social, económico, cultural y político (Lugones, 2002). Así, el concepto se ha utilizado como un indicador de medición, percepción y estandarización que contribuye o coadyuva al diseño de políticas públicas, a la medición del grado de bienestar de la población y la percepción sobre la misma por parte de los ciudadanos en un momento determinado (García, 2011a).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) considera 11 dimensiones para cuantificar la CV: ingreso y patrimonio; empleo y remuneración; vivienda; salud; balance vida-trabajo; educación, competencias; comunidad; compromiso cívico y gobernanza; medio ambiente, seguridad personal y satisfacción (OCDE, 2017). Para el 2020, México ocupó el penúltimo lugar en el índice de CV de este organismo (39 de 40 países) debido a un precario nivel educativo, así como carencias y costos en la vivienda, entre otros (OCDE, 2021).

A nivel país, se tiene el Índice Nacional de Calidad de Vida (INCAVI), creado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el cual evalúa siete dimensiones: salud, economía, educación, seguridad, buen gobierno, vida comunitaria y satisfacción personal a través de una escala de satisfacción del 1-10 (García, 2011b); además que dicho índice es reforzado por la Encuesta de Bienestar Autoreportado (BIARE) y la Encuesta Nacional de Confianza del Consumidor (ENCO).

Para el 2020, la satisfacción de vida para los mexicanos, en general fue aceptable (8.3 puntos); pero en lo particular fue negativo en cuanto a salud y economía aspectos que fueron influenciados por la pandemia de la COVID-19 (6 puntos) e inseguridad (5 puntos) (INEGI, 2020); por su parte la ENCO fue positivo (38 puntos) para finales del 2019 (Banxico, 2021). Por su parte la BIARE reporta que el Índice de Desarrollo Humano (IDH) es considerado de mediano a bajo (0.77, escala de 0 a 1) mientras que el ciudadano se considera satisfecho con su modo de vida en lo personal (8.8 puntos) pero no en lo colectivo como país (6.9 puntos) (INEGI, 2021b); estos datos demuestran que existe un contraste entre la medición objetiva y la percepción sobre la CV.

3.5 METODOLOGÍA

El área de estudio comprendió 11 municipios de la RAMVER. Esta región colinda con las regiones Capital (norte), Sotavento (este) y Papaloapan (sureste), al oeste con el estado de Puebla y al sur con el estado de Oaxaca (Gobierno del Estado de Veracruz, 2005). En cafecultura tiene una superficie de 36,346 hectáreas y más de 15 mil productores del grano (Padrón Cafetalero, 2011). Para determinar el tamaño de muestra se utilizó la fórmula simplificada para muestreo simple aleatorio para la estimación de proporciones, con la condición de varianza máxima propuestas por Taro (1967) y Cochran (1977).

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra N= población (15,008 productores)

d = tamaño del error (0.10) z a² = valor de z considerando una confianza del 90%

Después de realizar los cálculos se obtuvo una muestra de 99 productores de acuerdo al nivel de confianza del 90%, sin embargo, en la práctica se aplicó el cuestionario a 150 productores

en los 11 municipios de estudio: Comapa (11: POR 5, PNO 6), Coscomatepec (5: POR 3, PNO 2), Huatusco (59: POR 30, PNO 29), Ixhuatlán del café (20: POR 10, PNO 10), Sochiapa (10: POR 5, PNO 5), Tenampa (9: POR 5, PNO 4), Tomatlán (5: POR 3, PNO 2), Totutla (7: POR 4, PNO 3), Tlaltetela (10: POR 5, PNO 5), Tlacotepec (5: POR 3, PNO 2), y Zentla (9: POR 2, PNO 7). Para el caso de los PNO se utilizó el muestreo bola de nieve considerando como variable base, ser pequeño productor cafetalero ubicado en la RAMVER con disponibilidad a participar en la entrevista (n=75 entrevistas) y para el caso de los POR (n=75) se entrevistaron a los integrantes de dos organizaciones cafetaleras que cuentan con la certificación Fairtrade o Comercio Justo (CJ) con presencia en 11 municipios de la región. Los POR entrevistados se localizaron en la cooperativa cafetalera de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café, Agropecuaria, Forestal y de Agroindustrias de la zona de Huatusco, Veracruz Sociedad de Solidaridad Social (constituida en 1991 y con 1,324 socios actuales) y de la Coordinadora de Productores de la Zona Centro del Estado de Veracruz (COORPROVER) (fundada en 2006 y con 640 socios actuales). Se elaboró una cédula de entrevista con preguntas semi-estructuradas y abiertas, divididas en cuatro secciones con sus variables de análisis:

1) información social del productor: sexo, edad, escolaridad, municipio y tipo de productor (organizado: POR y productor no organizado: PNO).

2) aspectos técnicos-productivos: características de la finca, superficie sembrada, variedad cultivada, aspectos agronómicos (fertilización y poda), tipo de café al mercado y tipo de pago por la venta del café.

3) valoración objetiva: considerando indicadores de la OCDE (2015) como años de escolaridad, salud, alimentación, ingreso promedio y considerando también actividades extra finca y percepción sobre la CV.

4) valoración subjetiva: acorde a la medición del INCAVI (García, 2011b) donde se analizó la seguridad, buen gobierno, vida comunitaria y satisfacción personal, utilizando una escala Likert de evaluación, en la cual se le asignó una calificación que va del 2 al 10, mediante un semáforo de indicadores, como se muestra en el Cuadro 3.1.

Cuadro 3.1. Semáforo de indicadores para evaluar la Calidad de Vida subjetiva

VARIABLES DE EVALUACIÓN	(-)	CALIFICACIÓN				(+)
SUBJETIVA	2	4	6	8	10	

Fuente: Según los Indicadores INCAVI (García, 2011b)

Adicional al cuestionario, se realizaron entrevistas a profundidad y se aplicó la observación participante para determinar elementos cualitativos que ayudaran a comprender las condiciones en las que viven los PP; así como también para conocer de los beneficios de estar o no organizados. Para el análisis de los datos obtenidos se utilizó el software STATISTICA V8, para obtener medidas de tendencia central y bivariado de datos.



Figura 3.2. Aplicación de cuestionario a productores y productoras de café

3.6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.6.1 Información social de los productores

Del total de entrevistados, el 64 % son hombres (46 POR y 50 PNO) y el 36 % son mujeres (29 POR y 25 PNO); siendo alta la participación de la mujer con relación a otras cadenas agroalimentarias en las cuales no supera el 20 % (Chalate-Molina *et al.*, 2010; Pérez *et al.*, 2011); esto se debe a que en el cultivo de café existen ciertas actividades como la cosecha o beneficio en la que pueden participar las mujeres junto con otros integrantes de la familia. La edad promedio es de 41-60 años (mínima 30, máxima 91 años) y bajo nivel de escolaridad (5 ± 6 años de primaria o primaria inconclusa) este dato coincide con lo reportado para el estado de Veracruz (8.2 % años promedio) y con la media nacional (nivel primaria) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019).

En la región se tienen identificadas 85 cooperativas cafetaleras (Rojas-Herrera y Olguín-Pérez, 2018); en este sentido, Rosales-Martínez *et al.*, (2018) menciona que las diferencias entre los tipos de productores son diferenciadas en cuanto a su nivel tecnológico y capacidad económica. En la presente investigación, se encontró que los POR presentan un ligera mayor preparación académica y menor edad en comparación con los no organizados (PNO), aspecto que influye en el interés de participación y asociación para acceder a mayores y mejores beneficios; en este sentido, Nava-Tablada y Martínez-Camarillo (2012) consideran que la edad, a mediano y largo plazo, influirá

negativamente en el sector por el cambio generacional y la inmigración ya sea campo-ciudad o extranjera (40 mil veracruzanos por año) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019).

Por su parte, Rojas-Herrera y Olgún-Pérez (2018) consideran que la organización es influenciada más por el acceso a los apoyos gubernamentales que los beneficios *per se*. Con respecto al tipo de tenencia de la tierra, todos los entrevistados, son minifundistas con superficies ejidales menores a tres hectáreas; en cuanto a la ubicación de los predios si existen diferencias pues, el 39% de POR que se ubican en los municipios (Huatusco) comerciales-industriales tienen mayor acceso a mercados, insumos, capacitación y servicios que les permite mejores precios, datos que coinciden con lo reportado por Mestries (2006), Nava-Tablada y Martínez-Camarillo (2012) y Ruelas-Monjardín (2014).

3.6.2 Aspectos técnico-productivos

Según Rosales-Martínez *et al.* (2018), la superficie sembrada presenta una fuerte relación con la cantidad de mano de obra ocupada, el nivel tecnológico y por consiguiente el ingreso; en los resultados encontrados, la superficie destinada es menor a las 3 hectáreas (70 % los POR y los PNO 82 %), lo cual impacta negativamente en el modo de producción y por otro lado, en cuanto a la ubicación de los predios sí existen diferencias pues, el 39% de POR que se ubican en los municipios comerciales-industriales que tienen mayor acceso a mercados (Huatusco), insumos, capacitación y servicios que les permite mejores precios, datos que coinciden con lo reportado por Mestries (2006), Nava-Tablada y Martínez-Camarillo (2012) y Ruelas-Monjardín (2014).

De igual forma, es de importancia considerar que el 80 % de las variedades utilizadas son: Typica, Gárnica, Costa Rica, Colombia y Bourbon, entre otras, dato que concuerda con lo reportado por la SADER (2018). En cuanto al uso de productos (químicos u orgánicos) que utilizan en el cultivo destacan: la fertilización y/o abonamiento orgánico (48 %), químico (34 %) y la combinación de ambas (18 %) siendo esta última la de mayor recomendación (Montes y Anaya, 2019).

El producto al mercado, se centra en café cereza (81.3 % del total de los productores); los POR, están en un esquema de pagos anticipados a la cosecha (hasta el 70 % a la entrega del café y el resto al término); en contraste, los PNO reciben el 100 % del pago a la entrega del café para la venta, aunque en los PNO se presentan precios subjetivos, los cuales son establecidos a las condiciones del acopiador o empresas particulares por lo que pudiesen existir fallas de mercado (Akerlof, 1970).

A los productores, la organización les permite tener un mayor margen de negociación y colocación de volumen del producto al mercado, dato que concuerda con lo reportado por Ruelas-Monjardín (2014), así como el acceso al mercado internacional y en busca de un mejor precio. A través del CJ se proporcionan precios mínimos fijos del café, los cuales deben de cubrir los costos de producción y estar por encima de las cotizaciones del producto de bolsa; si el importe convencional de bolsa es superior al pago mínimo fijo, el precio Fairtrade subirá el 5 % por encima de la prima de desarrollo. La prima de desarrollo es una suma adicional de dinero pagada por el importador (para el caso del café es un 5 % adicional al precio mínimo) y que deben de invertir los PP en proyectos de su elección, como lo son: mejora a la salud, educación o para beneficios a la propia comunidad (FLOCERT, 2020, Andrade, 2008), para el caso de las organizaciones cafetaleras, como el estándar de CJ solicita nuevas implementaciones, es por ello que la prima social es invertida en dichas acciones que requiere el estándar, por lo cual no representa beneficio social o económico para los PP.

3.6.3 Calidad de vida: Valoración objetiva

Se refiere a los parámetros cuantificables para una persona como nivel de educación, acceso a la salud, alimentación y el ingreso (OCDE, 2015). El nivel educativo es indistinto entre los grupos de PP el 87 % tienen educación básica, 13 % estudios de educación media y media superior. Cabe destacar que, según estadísticas oficiales en la RAMVER, conforme avanza el nivel educativo la cobertura del sistema de educación disminuye gradualmente (100 % básica, 75 % media-superior y 25 % superior) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019) aspecto que condiciona la posibilidad de ingresar a niveles superiores de preparación académica.

Con respecto al acceso a la salud, el 50 % de ambos grupos acuden al sector público; para el caso del acceso a la salud privada los POR tienen más atención (44 %) en comparación con los PNO (39 %), servicios que se incrementaron en el sector rural por la pandemia de la COVID-19 (Vilaboa *et al.*, 2021). Desde la percepción de los PP, más del 80 % se considera con un nivel de salud es buena-regular mientras que el 20 % restante como excelente (10 %) y mala (10 %); en la RAMVER hay 121,000 personas registradas en el Instituto Mexicano de Seguro Social (IMSS) pero solo 2.6 % son trabajadores del campo (16,500 a nivel estado) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019).

En cuanto al acceso a la alimentación, este es limitado pues de 90 servicios al mes (tres comidas por día), solo tiene acceso a un 21-27 % (19 a 25 comidas por mes) en el mejor de los casos, datos

que coinciden con lo reportado por la FAO (2018) con relación a la seguridad alimentaria y considerando las indicaciones del Plato del Buen Comer propuestos por las instancias de salud en concordancia con la OMS (Secretaría de Salud, 2017). Para los PP de café, los grupos de alimentos que consumen generalmente del Plato del Buen Comer, durante los últimos 30 días del año 2020 fueron los siguientes, según la figura 3.3.

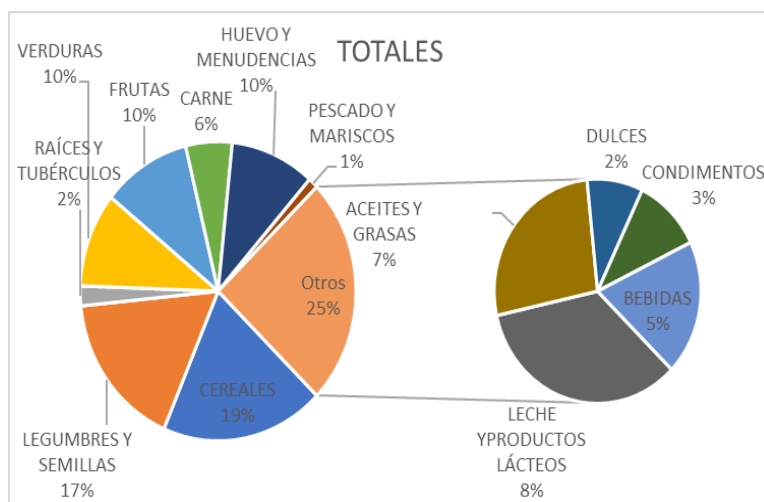


Figura 3.3. Gráfica circular de la utilización de los alimentos

Fuente: Elaboración propia, con base a la investigación de campo (2020)

La información presentada concuerda con lo reportado por Huerta-Sanabria *et al.*, (2018) y López *et al.*, (2020) respecto a que el poco acceso a proteína de origen animal, es un indicador de pobreza e inseguridad alimentaria determinada por el ingreso y carencias sociales.

Respecto al ingreso neto por cosecha (2019-2020) fue en un rango de MEX\$9,000 a MEX\$25,000 (mínimo MEX\$9,000, máximo MEX\$300,000); siendo el menor ingreso en los PNO. Los POR y que optan por una certificación, manifestaron que dicha distinción les permite acceder a un “pago más justo” y “seguro” en la comercialización de su producto, de otra manera los precios son ajustados según el criterio interno de los acopiadores o industrias comercializadoras; no obstante, dicha percepción es cuestionable ya que ambos grupos deben realizar actividades extra finca (60 % POR y 55 % PNO) para el sostenimiento del hogar tales como el alquiler de su jornal, la recolección de leña y recepción de remesas por familiares que trabajan en los Estados Unidos de Norteamérica (CEDRSSA, 2019).

Estas características son similares en otros estados de la república con importancia en la producción de café como Puebla (Benitez-García *et al.*, 2015) y Chiapas (Henderson, 2019); por tanto, el nivel de organización no influye en el ingreso a pesar de la percepción del productor. Al preguntar a los productores sobre su percepción de CV con relación al ingreso, como medio para adquirir otros satisfactores, la calificación para los POR fue 7, mientras que para los PNO fue de 6. En general, los POR se autoconsideran con mejor nivel de vida dado que el pertenecer a una organización aumenta su capacidad de autogestión en cierta forma, además de proporcionarles identidad y sentido de pertenencia, caso contrario de quienes no están organizados.

Si bien, en la presente investigación, la organización no tiene una influencia directa en el ingreso (sólo en la percepción del productor); se prevé que esta tenga efectos positivos en el mediano y largo plazo según datos reportados por Reynolds *et al.*, (2004); Bacon (2010) y Méndez *et al.*, (2010). Este efecto se debe a que una parte de las organizaciones en RAMVER son administradoras de recursos entre sus agremiados y agentes externos y no construyen como tal capital social y/o profesionalización de la mismas, según datos reportados por Rodríguez-Hernández *et al.*, (2016), sino que se agrupan más por el acopio del café y lograr con ello la exportación.

3.6.4 Calidad de vida: valoración subjetiva

Acorde al INCAVI (García, 2011b), la valorización de la CV se mide a través de la percepción de los ciudadanos sobre la seguridad pública, el buen gobierno, la vida comunitaria y la satisfacción personal.

En este sentido se encontró que no hay diferencias por tipo de productor respecto a estos temas (Cuadro 3.2.); es decir se sienten inseguros, consideran que la administración municipal es mala; pero en lo personal y en lo comunitario se sienten satisfechos, principalmente, al realizar el análisis de comparación de medias de la variable satisfacción personal se encontró que si hay diferencias significativas ($p < 0.05$) para la variable satisfacción con el cultivo, en donde los POR se auto reportan con mayor satisfacción al dedicarse al cultivo del café y estar en organización para mejoras del gremio.

Cuadro 3.2. Valoración subjetiva de los POR y PNO

Variables de evaluación subjetiva	Valoración				
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10
Seguridad Pública POR			6.20		
Seguridad Pública PNO			6.13		
Buen gobierno POR			5.71		
Buen gobierno PNO			5.33		
Vida comunitaria POR				7.84	
Vida comunitaria PNO			6.95		
Satisfacción personal POR				8.35	
Satisfacción personal PNO				7.73	

POR: Productores Organizados PNO: Productores No Organizados

Esta percepción subjetiva se refiere al bien común y a la vida pública que es similar entre los dos grupos debido a que enfrentan las mismas condiciones de servicios públicos y gobernanza, ya que viven en las mismas comunidades y municipios por lo tanto las condiciones son similares en los POR(7.02) y los PNO (6.53); es decir como población consideran que cuentan con ciertas prerrogativas básicas para su desarrollo; no obstante, la convivencia en lo particular presentan cierta satisfacción.

En lo general, los resultados encontrados en la presente investigación no son diferentes a los cifras oficiales que reporta el Gobierno de Veracruz. Por ejemplo, con base en los Indicadores de Bienestar por entidad federativa, Veracruz tiene una accesibilidad a servicios del 83 % (2018), 40 % en educación (2020), un coeficiente de ingreso del 0.469 (escala 0-1), 75 % de salud (2021), 52 % de la población confía en la policía pero hay un 44% de percepción de inseguridad y una satisfacción personal con la “vida en general” de 7.7 (escala de 1 al 10) (INEGI, 2021a). En cuanto alimentación, cerca del 48% de la población total presenta algún grado de inseguridad alimentaria y se posiciona en el cuarto lugar, a nivel nacional, en pobreza laboral y quinto en insuficiencia para adquirir una canasta básica; respecto a democracia ciudadana, institucional, económica y social ocupa la antepenúltima posición nacional; y los últimos 10 lugares en Estado de Derecho (24 de 32 entidades) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019); la zona cafetalera de Veracruz es la más marginada del estado y el municipio de Zongolica es el número uno del país, dado este entorno,

los productores cafetaleros han establecido sus modos y/o esquemas de vida en lo particular y en lo colectivo acorde al contexto socioeconómico de la región donde la educación es precaria (primaria), la alimentación intermitente, la infraestructura y acceso a la salud es insuficiente, aunado a la inseguridad y desconfianza en las autoridades gubernamentales. En contraste, desde su idiosincracia y cosmovisión, el nivel de satisfacción en lo individual y en comunidad es aceptable; ello se contrapone a definiciones de CV, la cual “está determinada por la interacción dinámica entre la persona, la sociedad y el hábitat e igualmente por la satisfacción de los deseos” (Maslow, 1943); es decir no hay una concordancia entre lo material y lo subjetivo que permita un grado de satisfacción general (Ardilla, 2003). Probablemente, la disyuntiva se crea en el afán de una integralidad del concepto objetivo-subjetivo (Rodríguez y García, 2005). Además, según Espinoza (2014) la CV difiere entre la percepción del investigador y del informante aunque se encuentran en el mismo contexto de “espacio-tiempo” además de las divergencia entre el concepto del entrevistador y entrevistado; esto se debe a la cultura y concepción del mundo de los productores que no les permite compararse con otros grupos sociales como los urbanos de la clase media, así para ellos consideran sentirse bien.

Respecto al nivel de organización pudiese pensarse que ésta tendría un impacto o una relación positiva en cuanto al ingreso de los PP y por consiguiente en la CV de los mismos; no obstante, se encontró que no hay un beneficio directo, no hay diferencias entre POR y PNO con relación al nivel de organización y al ingreso. En este sentido Rodríguez-Hernández et al., (2016) identificó tres tipos de organizaciones cafetaleras en la región de Huatusco: gestoras, de desarrollo comunitario y profesionales, siendo las primeras las más comunes por su gestión, se basa como enlace de actividades comerciales más allá del tejido social y/o el desarrollo de capacidades, condición que pudiese influir en la CV de los productores aunque se observa una tendencia positiva de autogestión en los POR.

Aunado a ello, se debe de tomar en consideración variables externas como la caída en los precios del café, la fuerte competencia internacional, la utilización de tecnología en la producción y el abandono de la actividad, lo que ha permitido que países y empresas y/o productores mejor posicionados y con mayor capacidad productiva desplacen a los más débiles según datos reportados por Perea y Rivas (2008) en la zona de Córdoba, Veracruz y en otros estados como Puebla, Chiapas y Oaxaca los cuales presentan las mismas características productivas y socioeconómicas de los productores en cuanto a la superficie sembrada, nivel tecnológico y modo

de comercialización (organización ó intermediarios), nivel de escolaridad e ingreso que RAMVER. En este sentido, por ejemplo, países como Colombia han optado por la re-estructuración y re-organización de sus modelos tradicionales en cuanto a la producción del grano con la finalidad de ser competitivos en el mercado internacional (Perea y Rivas, 2008; Benitez-García et al., 2015), al cual México dedica el 80% de su producción. No obstante, a pesar de las limitaciones tecnológicas y socioeconómicas se han identificado factores y estrategias que permitan apuntalar al sector como la capacidad en la toma de decisiones, la posibilidad de crear y/o establecer alianzas estratégicas con los agentes del entorno, sentido de pertenencia al territorio, entre otros (Chávez-Becker et al., 2012) pues la formación de capital social e integración territorial da mayor fortaleza a las empresas rurales en comparación si sólo se consideran cuestiones técnico-productivas y de mercado, según datos reportados por Rodríguez et al., (2018) en Colombia; por su parte Valdéz y Márquez (2009) documentaron que en Venezuela, la importancia de las relaciones intepersonales (sociales) y de producción determinan el desarrollo del sector cafetalero datos que de igual forma coinciden con los reportado por Ejea (2009) y Hernández-Sánchez y Travieso-Bello (2021) y Sinforoso *et al.*, (2019) en la zona centro del estado de Veracruz, México; por ejemplo respecto a las relaciones sociales, culturales y económicas en cuanto a la producción de café y a la aplicación de estrategias ante fenómenos adversos, como el cambio climático y/o externalidades ambientales, respectivamente. Sin embargo, es de reconocer que en la zona la actividad cafetalera es una actividad más de tipo social de sobrevivencia que de generación de riqueza como lo reportó Rosales-Martínez *et al.*, (2018) en la zona de Fortín, Veracruz; aunado a ello, Hernández-Sánchez y Nava-Tablada (2019), establecen, según datos en dos regiones del estado de Veracruz, que si bien acciones de capital social como la solidaridad, confianza y participación coadyuvan a la solución de la problemática en el sector, éstas deben de ir acompañadas de herramientas tanto tecnológicas como productivas además que las organizaciones siguen a expensas de apoyos, subsidios y transferencias gubernamentales como fuerte esquema de capitalización (Montoya *et al.*, 2021); además hay que considerar la heterogeniedad socioeconómica del sector rural (Zamudio *et al.*, 2008; Carton de Grammont, 2009).

Un esfuerzo por parte del Gobierno Federal (2019-2024) para el rescate y reactivación del sector cafetalero en aras de un mejor bienestar de la población que participa en el mismo consiste, entre otros, en la transferencia de tecnología, capitalización e incentivos directos a grupos en alta y muy alta marginación (500 mil productores) en la actividad (indígenas y mujeres, 95 % cultivaba menos

de tres hectáreas) (CEDRSSA, 2020) siendo una característica de la administración federal actual, el otorgamiento de apoyos de manera directa al productor los cuales son de consumo inmediato. Finalmente, la percepción subjetiva sobre la CV (satisfacción personal y vida en comunidad) fue mayor que la percepción objetiva, CV con base en el ingreso; por lo que se pudiese inferir que para los PP de café en RAMVER son de mayor importancia los bienes inmateriales que los materiales, también porque se evalúa desde su propia percepción del mundo. En el presente trabajo, se documentó sobre las potencialidades y ventanas de oportunidad del sector; pero también se evidenciaron las carencias y riesgos de la agroindustria que incide en la cotidianidad del modo y CV de las familias.

Es de importancia la propuesta de nuevas metodologías que permitan una integración de las valorizaciones objetivas y subjetivas sobre la CV, no solo para el subsector cafetalero sino para el sector primario en general. Además, será de importancia conocer y profundizar cuál será el impacto socioeconómico por la pandemia de la COVID-19 en el sector cafetalero en la RAMVER. Será de interés el diseño de nuevos enfoques y conceptos sobre la CV en el contexto de la nueva normalidad.

3.7 CONCLUSIONES

La RAMVER en el estado de Veracruz, México presenta limitaciones estructurales en cuanto a prerrogativas básicas como la salud, alimentación, educación, ingreso, seguridad y buen gobierno; por tanto, los PP cafetaleros tienen una baja CV.

En la valoración objetiva se identifica que los PP tienen educación mínima (primaria), el ingreso no es el adecuado (requieren actividades extra finca con un ingreso promedio anual neto de MEX\$9, 000 a MEX\$25, 000); el costo de la salud se incrementó (por pandemia COVID-19) y se carece de una alimentación apropiada (19 a 25 comidas por mes); en la valoración subjetiva existe inseguridad y desconfianza con las autoridades gubernamentales, sin embargo, los PP se han adaptado a vivir en contextos socioeconómicos adversos, ya que a pesar de ello, valoran la vida en comunidad, las relaciones intrafamiliares y su entorno (la cafecultura).

Es así que la CV se puede conceptualizar, como “la combinación de variables objetivas y valores subjetivos en sus diferentes matices que contrastan entre sí”; ya que, a pesar de carencias materiales, la percepción sobre la convivencia comunitaria y satisfacción personal es favorable, probablemente por una capacidad aprendida o adquirida en lo individual y en lo colectivo para adaptarse al entorno.

3.8 LITERATURA CITADA

- Akerlof, G. (1970). The Market For Lemons: Quality Uncertainty And The Market Mechanism. *The Quarterly Journal Of Economics*, 84(3), 488-500.
- Altieri, M. (1995). El agroecosistema: determinantes, recursos, procesos y sustentabilidad. En *Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable*. 2da edición. Editorial Clades. Santiago de Chile: Editorial Nordan-Comunidad.
- Andrade E. F. (2008). Comercio Justo o Economía Solidaria. *AFESE*. 49: 103-118.
- Ardilla, R. (2003). Calidad de vida: una definición integradora, *Revista Latinoamericana De Psicología*, 35(2), 161-164.
- Bacon, C. (2010). Estudio de costos y propuesta de precios para sostener el café, las familias de productores y organizaciones certificadas por Comercio Justo en América Latina. República Dominicana, Cafenica y la CLAC, 33 p.
- Banco Nacional de México. BANXICO. (2021). Indicador de Confianza del Consumidor. Cifras desestacionalizadas durante enero de 2021. <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/encuesta-nacional-sobre-la-confianza-del-consumido/%7B07B49057-7F33-0793-D411-5E7626128D93%7D.pdf>
- Benitez-García, E., Jaramillo-Villanueva J., Escobedo-Garrido S. y Mora-Flores S. (2015). Caracterización de la producción y del comercio de café en el municipio de Cuetzalan, Puebla. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*. 12(2), 181-198.
- Bertalanffy, L. (1976). *Teoría general de los sistemas*. México, D.F: Fondo de cultura económica, 308 p.
- Cardona, D. y Agudelo H. (2009). Construcción cultural del concepto calidad de vida. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 23(1), 79-90.
- Carton de Grammont, H. (2009). La desagrarización del campo mexicano. *Convergencia*, 16(50), 13-55.
- Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y Soberanía Alimentaria. CEDRSSA. (2019). Comercio Internacional del Café, el Caso de México. Cámara de Diputados. http://www.cedrssa.gob.mx/post_n-comercio_internacional_del_cafn-n__el_caso_de_mn-xico.htm
- Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable y Soberanía Alimentaria. CEDRSSA. (2020). Los apoyos directos a los productores de café y sus resultados. Cámara De Diputados. Http://Www.Cedrssa.Gob.Mx/Files/B/13/44apoyo_Productores_Cafe.Pdf
- Chalate-Molina, H., Gallardo-López F., Pérez-Hernández P., Lang-Ovalle F. P., Ortega-Jiménez E. y Vilaboa-Arroniz J. (2010). Características del sistema de producción bovina doble propósito en el estado de Morelos, México. *Zootecnia Tropical*, 28(3), 329-339.
- Chávez-Becker, C. y Natal A. (2012). Desarrollo regional y acción de base: El caso de una organización indígena de productores de café en Oaxaca. *Economía, sociedad y territorio*, 12(40), 597-618.
- Chiavenato, I. (1997). *Teoría de sistemas in: introducción a la Teoría general de la administración*. Cuarta edición. McGraw-Hill, 562 p.

- Cochran, W. 1977. Técnicas de muestreo. México: CECSA, 507 p.
- Cornejo, W. (2016). Calidad de vida. Enfermería La Vanguardia, 4(2), 56-75.
- Diener, Ed. (1994). El bienestar subjetivo. Intervención psicosocial, Revista sobre igualdad y calidad de vida, 3 (8), 67-113.
- Doyal, L. y Gough I. (1994). Teoría de las necesidades humanas. Comercio Exterior, 53(5), 410-412.
- Ejea, M. T. (2009). Café y altura productiva en una región de Veracruz. Nueva Antropología, 22(70), 33-56.
- Espinoza, F. (2014). Aproximación Teórica al Concepto de Calidad de Vida. Revista de Antropología Experimental, 14(23), 331-343.
- Fernández-López, J. A., Fernández-Fidalgo M. y Cieza A. (2010). Los conceptos de calidad de vida, salud y bienestar analizados desde la perspectiva de la clasificación internacional del funcionamiento (cif). Revista Española De Salud Pública, 84(2), 169-184.
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura. FIRA. (2019). Panorama Agroalimentario 2019 del Café. 2019. <https://Www.Inforural.Com.Mx/Wp-Content/Uploads/2020/03/Panorama-Agroalimentario-Caf%C3%A9-2019.Pdf>
- FLOCERT. Certificador global para Fairtrade. 2020. <https://www.flocert.net/es/glossary/prima-fairtrade/>
- García, V. J. J. (2011a). Un índice de calidad de vida para México, 196 p. México: Centro De Estudios Sociales y de opinión pública.
- García. V. J. J. (2011b). Hacia un nuevo sistema de indicadores de bienestar. Realidad, Datos y Espacio Revista Internacional de Estadística y Geografía, 2(1), 78-95.
- Gliessman, S. (2002). El concepto de agroecosistemas. In: Introducción a la agroecología. Mcgraw Hill. Pp: 17-28.
- Gobierno del Estado de Veracruz (2019). Plan Estatal de Desarrollo (PVD) 2019-2024. Gaceta Oficial. Tomo CXXUIZX. Núm. Ext. 224. Xalapa-Enríquez, Ver. <Http://Www.Veracruz.Gob.Mx/Programadegobierno/2019/06/06/Plan-Veracruzano-De-Desarrollo-2019-2024/>.
- Gobierno Del Estado De Veracruz. (2005). Región VII. Las Montañas. Estudios Regionales Para La Planeación. Secretaría de Finanzas y Planeación (SEFIPLAN). 38 p.
- Gobierno del Estado de Veracruz. (2013). Programas Regionales Veracruzano. Programa de las Montañas 2013-2016. Secretaría de Finanzas y Planeación (SEFIPLAN). <Http://Www.Veracruz.Gob.Mx/Wp-Content/Uploads/Sites/2/2014/04/Tf07-Pr-Montana.Pdf>.
- Harper, J. L. (1974). Population Biology Of Plants London, 892 p. Reino Unido: Academic Press.
- Henderson, T. P. (2019). La roya y el futuro del café en Chiapas. Revista Mexicana de Sociología, 81(2), 389-416.
- Hernández X, E. (1977). Agroecosistemas de México. Colegio de Postgraduados- Escuela Nacional de Agricultura (CP-ENA). 42 p.

- Hernández-Sánchez, M. I. y Nava-Tablada M. E. (2019). Capital social en organizaciones cafetaleras de dos regiones de la zona centro de Veracruz, México. *Sociedad y Ambiente*, 21(2019), 185-206.
- Hernández-Sánchez, M. I. y Travieso-Bello A. C. (2021). Medidas de adaptación al cambio climático en organizaciones cafetaleras de la zona centro de Veracruz, México. *Tropical And Subtropical Agroecosystems*, 24 (2021), 1-14.
- Huerta-Sanabria, S., Arana-Coronado O. A., Sagarnaga-Villegas, L. M., Matus-Gardea, J.A. y Brambila-Paz J. J. (2018). Impacto del ingreso y carencias sociales sobre el consumo de carne en México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9(6), 1245-1258.
- Instituto Nacional de Geografía e Informática. INEGI. (2020). Indicadores De Bienestar Autorreportado. Comunicado de prensa núm. 113/20. 27 de febrero de 2020. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/biare/biare2020_02.pdf
- Instituto Nacional de Geografía e Informática. INEGI. (2021a). Indicadores de Bienestar por entidad federativa.: <https://www.inegi.org.mx/App/Bienestar/?Ag=30>
- Instituto Nacional de Geografía e Informática. INEGI. (2021b). Indicadores de bienestar autorreportado de la población urbana. Comunicado de prensa núm. 160/21. 26 de febrero de 2021. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/biare/biare2021_02.pdf
- Jaramillo, M. (2016). Mediciones del bienestar subjetivo y objetivo ¿complemento o sustituto?. *Acta Sociológica*, 70(2016), 49-71.
- López, L. I., Aburto C., Cortés C y Álvarez M. M. (2020). Carencia Alimentaria en Municipios de Veracruz (2010 y 2015). *Uvserve*, 9(2020), 35-46.
- Lugones, M. (2002). Algunas Consideraciones Sobre la Calidad de Vida. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 18(4), 287-28.
- Manfredis, M. y Di Pasquale A. (2017). La Relación entre bienestar objetivo y subjetivo: una comparación internacional, Comunicación presentada en I Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, ISBN 978-987-544-755-4.
- Mariaca, R. (1993). Agroecosistemas, concepto central de la ecología: Búsqueda del desarrollo de un modelo aplicativo. In: Seminario Internacional de Agroecología. Universidad Autónoma Chapingo. México. 11 p.
- Martínez-Dávila, J. P. y Bustillo-García, L. (2008). La autopoiesis social del desarrollo rural. *Interciencia*, 35(3), 223-229.
- Maslow A. (1943). A Theory Of Human Motivation, En *Psychclassics.Yorku*. [Http://Psychclassics.Yorku.Ca/Maslow/Motivation.Htm](http://Psychclassics.Yorku.Ca/Maslow/Motivation.Htm)
- Méndez, E., Bacon, C., Olson M., Petchers, S., Herrador, D., Carranza, C., Trujillo, L., Guadarrama-Zugasti, C., Cordón, A. & Mendoza, A. (2010). Effects Of Fair Trade And Organic Certifications On Small-Scale Coffee Farmer Households In Central America And Mexico. *Renewable Agriculture And Food Systems*, 25(3), 236–251.

- Mestries, F. (2006). Migración internacional y campesinado cafetalero en México: Fases Circuitos y Trayectorias Migratorias. *Análisis Económico*, 21(46), 263-289.
- Montes, C, y Anaya M. (2019). Efecto de la fertilización con abono orgánico (A.L.O.F.A) en plantas de café (coffea arábica). *Scientia et technica*, 24(2), 340-348.
- Montoya, G., Hernández J. F. y García J. U. (2011). Organización Social para el Desarrollo Sustentable en Chiapas, México. *Semestre Económico*, 14 (29), 77-97.
- Moreno, B. y Ximénez C. (1996). Evaluación de la calidad de vida, En: *Manual de evaluación en psicología clínica y de la salud*, 38(1), 1045-1070.
- Moscoso-Sánchez, D. y Moyano E. (2009). Deporte, salud y calidad de vida. *Colección De Estudios Sociales Barcelona*, 223 p. España: La Caixa.
- Nava, M. G. (2012). La Calidad De Vida: Análisis Multidimensional. *Enfermería Neurológica Mex*, 11(3), 129-137.
- Nava-Tablada, M. E. y Martínez-Camarillo E. (2012). International Migration And Change In Land Use In Bella Esperanza Veracruz. *Tropical And Subtropical Agroecosystems*, 15(2012), 21-29.
- Nava-Tablada, M. E. y Hernández M. I. (2017). Cafeticultura en Veracruz: Entre Alternativas y Crisis, Veracruz. *Un análisis para el desarrollo*, Pp. 93-122, México: El Colegio de Veracruz.
- Nussbaum, M. & Sen A. (1993). *The Quality Of Life*, 472 p, Reino Unido: Clarendon Press-Oxford University Press .
- Organización de Las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. FAO. (2018). El Estado de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición en el mundo. Fomentando La Resiliencia Climática en Aras de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición. Fao, Roma. [Http://Www.Fao.Org/3/I9553es/I9553es.Pdf](http://www.fao.org/3/I9553es/I9553es.pdf)
- Organización Mundial De La Salud. OMS. (1995). Grupo de la Oms sobre la Calidad de Vida. The World Health Organization Quality Of Life Assessment (Whoqol): Position Paper From The World Health Organization. *Social Science And Medicine*. 41(10), 1403-1409.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. OCDE. (2015). How´S Life? 2015: Measuring Well-Being , Oecd Publishing, París. [Https://Doi.Org/10.1787/How_Life-2015-En](https://doi.org/10.1787/How_Life-2015-En)
- Organización para la cooperación y el desarrollo económico. OCDE. (2017). ¿Cómo va la vida?. [Https://Www.Oecd.Org/Statistics/Better-Life-Initiative-Country-Note-Mexico-In-Espanol.Pdf](https://www.oecd.org/statistics/better-life-initiative-country-note-mexico-in-espanol.pdf)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. OCDE.(2021). ¿Cómo Va la vida en México?. [Https://Www.Oecd.Org/Mexico/Better-Life-Initiative-Country-Note-Mexico-In-Spanish.Pdf](https://www.oecd.org/mexico/better-life-initiative-country-note-mexico-in-spanish.pdf)
- Padrón Cafetalero. (2011). Información proporcionada por el sistema producto café del Estado de Veracruz.

- Perea, J. y Rivas L. A. (2008). Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz, frente al mercado Mundial. *Contaduría y Administración*, 224(2008), 9-33.
- Pérez, P., Vilaboa J., Chalate, H., Martínez C., Díaz, P. y Ortiz, S. (2011). Análisis descriptivo de los sistemas de producción con ovinos en el estado de Veracruz, México. *Revista Científica*, 21(4), 327-334.
- Raynolds, L., Murray D. & Leigh P. (2004). Fair trade coffee: bulding prducer capacity via global networks. *Journal international development*, 16(8), 1109-1121.
- Rodríguez, H., Ramírez C. J. y Restrepo L. F. (2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de economía e Sociología Rural*, 56(1), 107-122.
- Rodríguez, N. y García M. (2005). La noción de vida desde diversas perspectivas. *Revista Investigación*, 57(1), 49-68.
- Rodríguez-Hernández, O., Santoyo-Cortés, V. H., Muñoz-Rodríguez, M. y Rodríguez-Padrón, B. (2016). La posición competitiva de las organizaciones cafetaleras en Huatusco, Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 7(15), 2965-2979.
- Rojas, M., Méndez R. y Rodríguez A. (2012). Subjetividad en la evaluación de la calidad de vida en contextos urbanos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 37(2012), 212-235.
- Rojas-Herrera J. J. y Olguín-Pérez A. M. (2018). Origen, Desarrollo y Perspectivas de las cooperativas cafetaleras de Huatusco, Veracruz. *Revista Liminar*, 16(1), 119-133.
- Rosales-Martínez, V. Martínez-Dávila, J. P., Osorio-Acosta, F., López-Romero, G. y Asiain-Hoyos A. (2018). Aspectos culturales, sociales y productivos para una tipología de cafecultores. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 15(1), 47-61.
- Ruelas-Monjardín, L., Nava-Tablada, M. E., Cervantes, J. y Barradas V. (2014). Importancia Ambiental de los Agroecosistemas Cafetaleros bajo sombra en la zona central Montañosa Del Estado De Veracruz, México. *Maderas y Bosques*, 20(3), 27-40.
- Ruiz, O. (2006). Agroecología: una disciplina que tiende a la transdisciplina. *Interciencia*, 31(2),140-145.
- Sánchez A. (2019). Calidad de vida en la zona metropolitana del valle de México: Hacia La Justicia Socioespacial. 354 p. México: Universidad Nacional Autónoma De México, Instituto De Investigaciones Económicas.
- Sandoval-Castro, C. & Villanueva-Jiménez J. A. (2009). Policies and language issues in TSA. *Tropical and subtropical agroecosystems*, 10(2009), 1-2.
- Sans, F. (2007). La diversidad de los agroecosistemas. *Ecosistemas*, 16(1), 44-49.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. SADER. (2018). México, onceavo productor mundial de café. <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/mexico-onceavo-productor-mundial-de-cafe?idiom=es>
- Secretaría de Salud. (2017). El plato del buen comer...una guía para una buena alimentación. <https://www.gob.mx/salud/articulos/el-plato-del-bien-comer-una-guia-para-una-buena-alimentacion>

- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. 11 edición, 440 p., Colombia: Planeta.
- Sinforoso, S., Jiménez, R., Domingo, J. y Pelegrín, A. (2019). Externalidades ambientales desde el enfoque del costo para la toma de decisiones en materia ambiental. Caso de una empresa cafetalera. *Retos de la Dirección*, 13(1), 170-187.
- Taro, Y. 1967. *Elementary sampling theory*. Benjamin J. Tepping, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., USA, 1967, pp. 405.
- Urzúa, A. y Caqueo-Urizar A. (2012). Calidad de Vida: Una Revisión Teórica Del Concepto. *Terapia Psicológica*, 30(1), 61-71.
- Valdéz, M. y Márquez Z. (2009). Análisis de las relaciones socioprodutivas de caficultores de los municipios Morán y Andrés Bello del estado Lara, Venezuela. *Bioagro*, 21(2), 111-116.
- Veenhoven, R. (2000). Las cuatro calidades de vida: organización de conceptos y medidas de la buena vida. *Journal of Happiness Studies*, 2000(1), 1-39.
- Vilaboa-Arroniz, J., Díaz-Rivera, P., Ruíz-Rosado, O., Platas-Rosado, D. E., González-Muñoz, S. y Juárez-Lagunes, F. (2009). Caracterización Socioeconómica y Tecnológica de los agroecosistemas con bovinos de doble propósito de la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Tropical And Subtropical Agroecosystems*, 10(1), 53-62.
- Vilaboa-Arroniz, J., Platas-Rosado, D. E. y Zetina-Córdoba, P. (2021). Retos del Sector Rural de México ante la Covid-19. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas y Sociales*, (66)242, 419-442.
- Zamudio, F., Corona A. y López I. D. (2008). Un Índice de Ruralidad para México, *Espiral (Guadalajara)*, 14(42), 179-214.

CAPÍTULO IV. EMPODERAMIENTO DE LA MUJER EN EL SECTOR CAFETALERO DE LA REGIÓN ALTAS MONTAÑAS, VERACRUZ, MÉXICO⁴

EMPOWERMENT OF WOMEN IN THE COFFEE SECTOR OF THE ALTAS MONTAÑAS REGION, VERACRUZ, MEXICO

4.1 RESUMEN

Objetivo: caracterizar el perfil y el nivel de empoderamiento de la mujer en la producción de café en la región Las Altas Montañas, Veracruz.

Diseño/metodología: Se evaluó desde dos escenarios; como mujer dueña de la producción de café (MDP) y como esposa o familiar del productor de café (EFP). El estudio se realizó en cinco municipios considerando una muestra “no probabilística”, se aplicaron 80 cuestionarios con una escala tipo Likert en Coatepec, Huatusco Sochiapa, Tlaltetela y Zentla.

Resultados: Las edades en ambos perfiles oscilan entre 41 y 60 años, el estado civil de las MDP es: 20% solteras y 23% divorciadas, para las EFP el 80% están casadas. La escolaridad para las MDP es superior a las EFP. El 78% de las MDP tienen dos ocupaciones o más, mientras que las EFP son amas de casa (68%). En el nivel de empoderamiento las MDP, presentaron un nivel alto con el 65% y un empoderamiento medio en el 35% de ellas. En las EFP, se obtuvo el 45% alto y un 55% medio.

Limitaciones e implicaciones: Sondeo sobre la percepción de los productores (hombres) respecto a la participación de la mujer en el sector y su empoderamiento.

Conclusión: El nivel de empoderamiento es más alto en mujeres dueñas de la producción, que les permite mayor liderazgo y autonomía en la toma de decisiones en comparación con las mujeres que dependen económicamente del productor pues dicha dependencia delimita tanto el rol que ejercen con su independencia en la toma de decisiones.

Palabras clave: Café, escala Likert, educación, autoestima, liderazgo.

⁴ Revista: Agro productividad. Año:2022 Número 2 Vol. 15 Páginas: 9-16.

4.2 ABSTRACT

Objective: To characterize the profile and level of empowerment of women in coffee production in the Las Altas Montañas region, Veracruz.

Design / methodology: It was evaluated from two scenarios; as a woman owner of the coffee production (MDP) and as the wife of the coffee producer (EFP). This research was carried out in five municipalities considering a “non-probabilistic” sample, 80 questionnaires with a Likert-type scale were applied in Coatepec, Huatusco Sochiapa, Tlaltetela and Zentla.

Results: The ages in both profiles range between 41 and 60 years old, the marital status of the MDPs is: 20% single and 23% divorced, for the EFP 80% are married. Schooling for MDPs is higher than for VETs. 78% of MDPs have two or more occupations, while VETs are housewives (68%). At the level of empowerment, the MDPs presented a high level with 65% and a medium empowerment in 35% of them. In the GFS, 45% high and 55% medium were obtained.

Limitations and implications: Survey for perception of producers (men) regarding the participation of women in the sector and their empowerment.

Conclusion: The level of empowerment is higher in women owners of production, which allows them greater leadership and autonomy in decision-making compared to women who depend economically on the producer, since this dependence defines both the role they exercise with their independence in making decisions.

Keywords: Coffee, likert scale, education, self-esteem, leadership.

4.3 INTRODUCCIÓN

El empoderamiento de la mujer, ha sido de relevancia y tópico de interés para el diseño de políticas públicas y programas así como su estudio *per se* en beneficio de la mujer; incluso es de importancia en el escenario internacional como se plantea en la Agenda 2015-2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y el Programa Mundial de Alimentos (PMA); en el caso de la mujer rural se ha planteado como estrategia para romper los ciclos de pobreza y de desigualdad entre los géneros masculino y femenino (Naciones Unidas, 2018). El empoderamiento de la mujer, al igual que otros conceptos, depende de su contextualización así como la concepción lo utiliza, no obstante la diversidad de concepciones coinciden en ser un proceso social en lo individual y en lo

colectivo, de capacidad de gestión, concientización y de autorrealización para el desarrollo integral del género femenino (Rowlands, 1997; Schuler, 1997; Denman *et al.*, 1997; Meza *et al.*, 2002). Para la presente investigación, se utilizó el concepto descrito por Rowlands (1997); quien destaca tres poderes del género femenino “poder sobre, poder para y poder con” respecto a la toma de decisiones, la satisfacción de intereses personales y su posicionamiento individual y colectivo; por ello, el empoderamiento en las mujeres representa la importancia en su autonomía, participación, autoestima y las condiciones para la igualdad de oportunidades, con ello se logra el mejoramiento de las condiciones sociales de vida, que les permite tener un control de sus decisiones y la seguridad económica, conductual y familiar (Riaño y Okali, 2008); así puede conceptuarse como la interrelación de procesos para el desarrollo integral de la mujer, con base en cambio positivo a través del desenvolvimiento de sus actitudes, aptitudes, autoestima y confianza.

Por su parte, la Cafecultura es una actividad de importancia socioeconómica en el país, noveno productor mundial de café con presencia en 14 estados de la República Mexicana, más de 500 mil productores, cerca de 30 etnias indígenas y más de 700 mil hectáreas de superficie; de igual forma, es estratégica en el sector agroalimentario del estado de Veracruz, segundo productor nacional con 139 mil hectáreas y 42 mil productores; los municipios que destacan en esta agroindustria son Misantla, Tlapacoyan, Coatepec, Coscomatepec, Zentla, Huatusco, Ixhuatlán del Café, Zongolica, Tezonapa, Córdoba y la Sierra de Santa Marta (Región Los Tuxtlas) (Sánchez-Hernández *et al.*, 2019; Vargas-Aroyave *et al.*, 2020). En el sector cafetalero de Veracruz, el papel de las mujeres es preponderante pues participan en la cadena horizontal de producción-distribución-consumo del aromático ya sea como propietarias de cafetales o esposas de productores con participación en las actividades productivas (SADER, 2018; Vargas-Aroyave *et al.*, 2020); sin embargo; se han impuesto ciertos estereotipos reconociendo esta actividad como exclusiva del género masculino, minimizando las acciones que realizan las mujeres (Biermayr-Jenzano, 2016); empero, las organizaciones de pequeños productores cafetaleros tienen la finalidad de promover la equidad de género y el empoderamiento, con el fin de eliminar los estereotipos arraigados y las convenciones sociales tradicionales (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2019); además de que la participación del género femenino en el sector cafetalero es importante, debido a que su participación es superior en comparación a otras cadenas agroalimentarias tanto agrícolas como pecuarias (Nava-Tablada y Hernández, 2017) de ahí la importancia del estudio sobre su participación en el sector ya sea de manera directa e indirecta como dueña de la producción o como

coadyuvante de la misma a través de las labores domésticas y atención de la familia. El objetivo fue caracterizar el perfil y el nivel de empoderamiento de la mujer cafetalera de las Altas Montañas del estado de Veracruz.

4.4 MATERIALES Y MÉTODOS

La Región Altas Montañas del estado de Veracruz cuenta con una superficie de 6,053 km², (8.4% del territorio estatal), limita con la Región Capital (norte), la Región Sotavento (este), el Estado de Puebla (oeste), la Región del Papaloapan (sureste) y el Estado de Oaxaca (sur). Es la región con mayor diversidad en cuanto a clima, fauna y flora según la altitud de sus 57 municipios (600-3200 msnm) (Gobierno del Estado de Veracruz, 2018). El estudio se realizó en cinco municipios considerando que son representativos del sector en lo productivo, social y económico por su producción, superficie sembrada y población en la actividad: Coatepec, Sochiapa, Tlaltetela y Zentla (minifundistas), Huatusco (comercial) (PRONATURA, 2017; Gobierno del Estado de Veracruz, 2018). Se consideró una muestra no probabilística considerando un muestreo de bola de nieve (Alloati, 2014) para Mujeres Dueñas de la Producción de café (MDP=40) y mujeres Esposas o Familiares del Productor de café (EFP=40). Se diseñó y se aplicó, durante el segundo semestre de 2020, un cuestionario semi estructurado de 30 preguntas con un nivel de confiabilidad del 0.94 a través del coeficiente α (alpha) de Cronbach para las escalas de Likert (Carmines y Zeller, 1979; Quero, 1997). El cuestionario semiestructurado integra dimensiones que propone Hernández y García (2008) con el instrumento para la medición del empoderamiento en mujeres (IMEM), así como considerar los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, elaborados mediante un proceso consultivo multilateral y bajo la égida de ONU Mujeres y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact); para ello se consideraron tres secciones de análisis: 1) Información general de las mujeres como: edad, perfil de la mujer (MDP o EFP), ocupación, municipio, estado civil, nivel académico, y número de hectáreas sembradas; 2) Nivel de empoderamiento: contexto familiar, autoestima, autonomía, auto eficiencia, igualdad de oportunidades, inclusión y no discriminación y participación en producción y ventas; y 3) promoción de la equidad de género en las organizaciones cafetaleras: impulso de la participación de la mujer, promoción de la política de género y limitantes de la inserción de la mujer en la cadena productiva del café.

Para medir el nivel de empoderamiento de la mujer cafetalera se clasificó mediante una escala de tipo ordinal: empoderamiento bajo (0-5.0), medio (5.1-8.0) y alto (8.1-10). Una vez procesados los datos de los instrumentos para la recolección de la información, se trabajó para el análisis cualitativo de la investigación con dos grupos focales, divididos en dos sesiones y con los dos grupos de mujeres (uno de MDP y otro grupo de EFP). Las temáticas fueron las siguientes: antecedentes de la organización, importancia de la mujer en la agricultura, la sociedad y la economía, Igualdad y equidad de género, liderazgo y autoestima, economía para la vida y la importancia de la participación de la mujer en la cadena productiva del café. Asimismo, se utilizó la observación participante que sirvió para que pueda interactuar el investigador con los informantes internos clave (las mujeres), así como explorar el contexto y ambiente de cada uno de los casos de estudio; de todo lo observado en las reuniones preestablecidas, mensuales y de administración, se grabarán las conversaciones que se tuvieron, previo permiso de las autoridades, para ser escritos para el análisis.

Se creó una base de datos en Microsoft Excel® y fueron analizados con el programa STATISTICA versión 7.0 para obtener medidas de tendencia central y estadística descriptiva.

4.5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Caracterización de la mujer en el sector cafetalero. De acuerdo a los resultados obtenidos (Cuadro 4.1.), las edades de las mujeres en ambos perfiles oscilan entre 41 y 60 años (38% MDP y 50% EFP) por lo que se consideran de edad madura; al respecto, Hernández (2016) indica que la participación de las mujeres en el corte de café, de entre 15 y 19 años (mujeres jóvenes) representa el 40% de la participación total, posteriormente disminuye (20-39 años al 20%) debido a que se encuentran en etapa reproductiva y al cuidado de menores, incrementándose nuevamente a partir de los 40 años; es de importancia resaltar que en el sector cafetalero, la participación de la mujer es mayor en comparación con otras ramas del sector primario como la ganadería y el maíz que son consideradas actividades netamente masculinas (Candelaria *et al.*, 2011), estos por las características de las actividades productivas del café, principalmente la cosecha y también por las características sociales de la población principalmente indígena.

Cuadro 4.1. Caracterización de la mujer cafetalera (MDP y EFP)

CARACTERIZACIÓN	MDP	%	EFP	% representativo
Edad	De 41-60 años	38 %	De 41-60 años	50 %
Número de ocupaciones	Dos actividades	78 %	Una actividad	68 %
Municipio	Huatusco	55 %	Huatusco	50 %
Estado Civil	Casada	45 %	Casada	80%
Nivel académico	Secundaria	30 %	Primaria Incompleta	28%
Núm. de ha. Sembradas	Menos de 1 Ha. y 2 Ha.	86 %	Menos de una Ha.	55 %

En ambos perfiles el estado civil de las mujeres es principalmente casadas (45 % MDP y 80 % EFP), en un menor porcentaje en unión libre (10 % MDP y 10 % EFP); en las MDP, el 20 % permanecen solteras y el 23 % están divorciadas datos que coinciden con los reportado por López (2018) respecto a la relación entre el liderazgo y la edad para las mujeres productoras. La escolaridad para las MDP es de secundaria (30 %), primaria completa (20 %) e incompleta (25 %) mientras que para las EFP son primaria incompleta (28 %), primaria completa (23 %), seguido de secundaria y licenciatura (18 %) siendo en general un bajo nivel de escolaridad aspectos que concuerdan para el sector rural según la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER, 2018), Nava-Tablada y Hernández (2017). En cuanto al número de ocupaciones que tiene cada perfil; el 78 % de las MDP tiene dos ocupaciones, entre las que destacan aparte de ser productora de café y/o ama de casa, profesionista, comerciante o empleada o; en su caso, el perfil de EFP tiene una sola ocupación (ama de casa, 68 %) mientras que el 30 % tiene dos ocupaciones (profesionista, comerciante o empleada), datos similares a los reportado por Paz (2018); en este sentido, es de importancia destacar el papel de la mujer pues en ambos casos (productora directa o no de café) realizan tanto actividades familiares como extra finca como parte de la contribución a la economía familiar.

El número de hectáreas sembradas oscila entre menos de una hectárea (<1 ha) y entre una y dos hectáreas (1-2 ha), representando el 86 % para dueñas y el 90 % para familiares similar a los

reportado por López y Díaz (2020); de igual forma, según lo reportado por FAO (2011); no existe diferencia entre géneros respecto a la capacidad productiva en las labores agrícolas. Ejea (2009) menciona que los cafecultores minifundistas consideran al café como mecanismo de ahorro y se basan en otros cultivos para el gasto cotidiano. También dependen de ingresos extra finca como remesas, transferencias en efectivo de programas públicos o venta de fuerza de trabajo entre otros.

Nivel de empoderamiento: De las siete dimensiones que evaluaron el empoderamiento (Figura 4.2.), las MDP demostraron mayor valoración en su autonomía (8.19), igualdad de oportunidades (8.69), inclusión/no discriminación (8.70) y participación (8.30); por otro lado, la variable menos valorada fue la de contexto familiar (8.03), algunas entrevistadas argumentaron que desde niñas no han sido motivadas en totalidad por su familia, lo que han logrado ha sido a través de méritos propios. Las dimensiones más valoradas para las EFP fueron; contexto familiar (8.25), auto eficiencia (8.44), lo cual demuestra un instinto por generar lazos familiares al estar más en contacto con la familia y concuerda con el número de ocupaciones (1 ocupación- amas de casa, 68%); por su parte, las dimensiones menos valoradas fueron; autonomía (7.28), igualdad de oportunidades (7.88), inclusión y no discriminación (7.92), así como la participación (7.50), esto es claro debido a la baja participación en el proceso productivo del café y en la toma de decisiones, ya que mencionan dejar esas actividades a cargo de sus esposos o familiares, teniendo ellas mínima participación; esto tiene relación a lo reportado por Chablé *et al.*, (2007) en sentido a la proporcionalidad entre ingreso y capacidad de decisión entre las mujeres, de igual forma, Cárcamo *et al.*, (2010) mencionan que las mujeres dueñas de la producción tienen participación en la toma de decisiones en las organizaciones a las cuales pertenecen; en contraste, las esposas, participan de cierto modo en el proceso productivo, pero no son consideradas en la toma de decisiones.

Respecto al nivel de empoderamiento en cada perfil estudiado (Figura 4.3.), se obtuvieron los siguientes resultados; para las MDP, presentaron un empoderamiento alto en el 65% y un empoderamiento medio en el 35% restante. En cuanto a las EFP, obtuvieron el 45% de empoderamiento alto y un 55% de empoderamiento medio; Vargas-Arroyave *et al.*, (2020) encontró, de igual forma, que la mayoría de las mujeres presentan una percepción de liderazgo, alta participación y autosuficiencia.

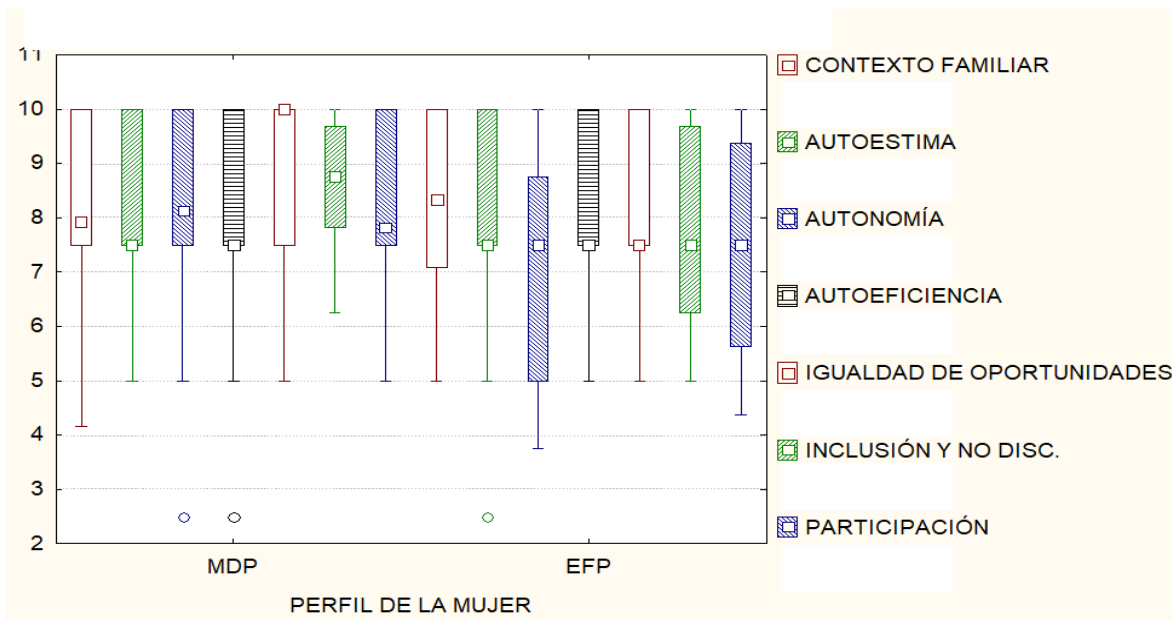


Figura 4.2. Valoración de las dimensiones del nivel del empoderamiento de las Mujeres MDP y EFP.

Aunado a que las MDP obtuvieron un empoderamiento alto, mencionan que consideran la opinión en la toma de decisiones a algún familiar cercano o esposo y las mujeres que obtienen mejores calificaciones son las solteras, viudas o divorciadas (9.60), ya que consideran tener el control total para la participación en toda la cadena productiva del café y externaron sentirse más seguras de seguir aprendiendo y mejorando sus técnicas y decisiones con el cultivo del aromático.

De acuerdo con la FAO (2011), cuando mejora la igualdad de género, las mujeres rurales tienen mayor acceso a recursos, servicios y oportunidades. El lograr un empoderamiento no sólo en mujeres, sino también en hombres y niños, conlleva al mejoramiento de sus condiciones de vida, beneficios socioeconómicos y al fortalecimiento de generaciones futuras (Development Bank, 2013), por otra parte, los cultivos a cargo de mujeres aportan a su empoderamiento a través de una mayor participación de ellas en la toma de decisiones (FAO, 2017).

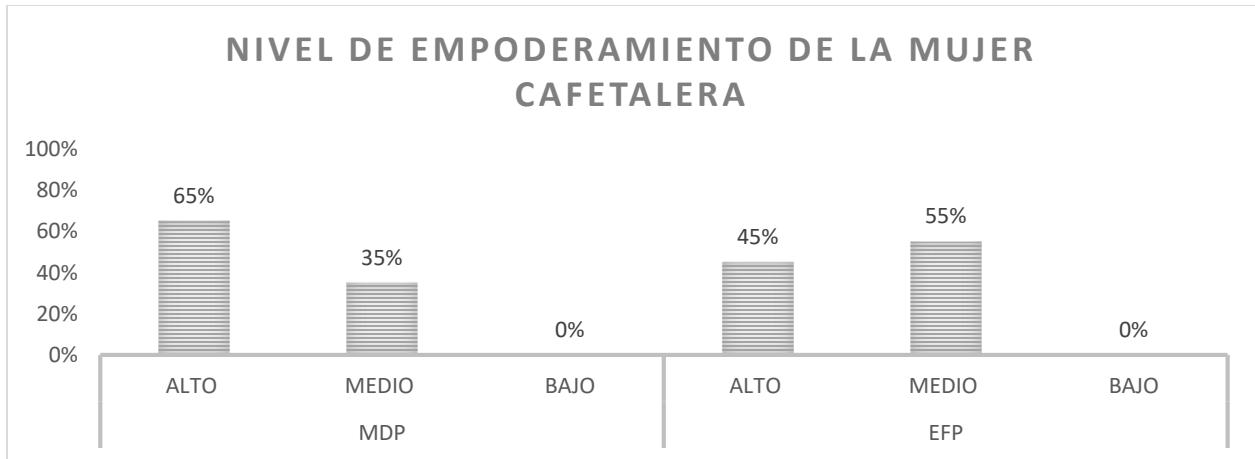


Figura 4.3. Nivel de Empoderamiento de las Mujeres (MDP y EFP)

Se determina que, para ambos casos, las distribuciones presentadas de los datos finales son asimétricos positivos ya que el 50% de los resultados se concentran en datos que oscilan entre 6.7 ± 10 . Para el caso de los MDP, el total de las variables tienen una media de 8.32 con datos entre 5.57 ± 10 . Para el caso de las MEFP, la media es de 7.50 con resultados en el primer cuartil de 6.7 y el tercer cuartil representado por el 9.4 (Figura 4.4.).

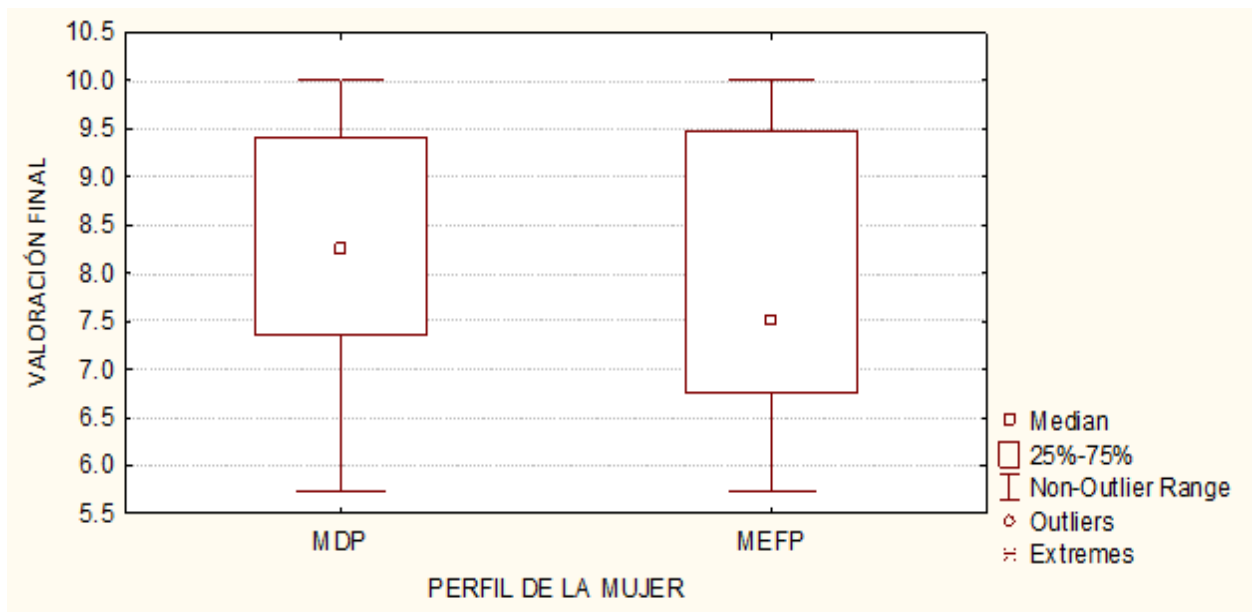


Figura 4.4. Valoración final del nivel del empoderamiento de las Mujeres (MDP y EFP)

Se identifica que se deben de promover actividades que involucren de manera más activa y participativa a las esposas o familiares de los pequeños productores para que sus ideas sean

consideradas y tengan impacto directo con el cultivo del café, de otra manera seguirá la brecha de género que tanto se identifica en los sistemas de producción. Asimismo, el derecho sobre las tierras definitivamente empodera a las mujeres, en contraparte de las que no poseen este atributo, sin embargo, por cuestiones culturales, la sucesión de las tierras, no siempre incluye a la mujer aunque tenga derechos civiles (predomina la sucesión hacia los hijos varones), es por ello, que este aspecto es uno de los avances más lentos entre las reformas legales a nivel global y para su implementación (Banco Mundial, 2019). El empoderamiento implica fortalecer las capacidades de confianza, autoestima, participar como grupo social para el mejoramiento de las condiciones de vida. El desarrollo de las mujeres rurales en actividades económicas, refuerzan su autonomía, equidad de género, mejoran su contexto familiar y amplían las oportunidades para el desarrollo de sus comunidades; no obstante, para las mujeres, empoderarse en el sector rural sigue siendo un reto; pues por un lado requiere de la concientización del género masculino sobre estos temas además que ambos géneros son complementarios y no competitivos; y, por otro, diseños de políticas públicas, en apoyo al apuntalamiento y/o reconocimiento de las actividades de las mujeres rurales en su rol social, productivo, económico y cultural para influir y mejorar las situaciones y contextos en las que se desarrollan (empoderarse) (Hernández y Nava-Tablada, 2019).

A lo largo de los talleres, reuniones y grupos focales llevados a cabo, se pudo identificar que las organizaciones de pequeños productores si integran a las mujeres a participar en los puestos de liderazgo (85%), sin embargo las mujeres externaron no poder participar de manera activa debido al rol reproductivo y al trabajo de cuidado no remunerado, así como al trabajo productivo que desempeñan, lo que incita a sensibilizar a los hombres para colaborar de manera conjunta sobre la división sexual del trabajo, asignando tareas y responsabilidades diferentes en función del sexo biológico, esto ayudará a que las mujeres puedan lograr su inserción a puestos directivos. Al término de los grupos focales, las mujeres se sintieron motivadas de tener espacios en donde se hable sobre el reconocimiento y la visibilidad de la mujer y se invite a los hombres para capacitarlos en los temas y eliminar con ello las prácticas patriarcales. Esta investigación identifica la necesidad de promover el derecho sobre las tierras para las mujeres, así como ampliar y profundizar la investigación y estudios sobre el rol de la mujer en otras cadenas de importancia agroalimentaria para el estado de Veracruz.

4.6 CONCLUSIONES

En la región de Las Altas Montañas, Veracruz las mujeres productoras de café, presentan un mayor porcentaje de empoderamiento en comparación a las mujeres esposas de productores; la independencia económica y la seguridad que da la propiedad de la producción fortalecen aspectos como el liderazgo, la capacidad de autogestión y participación en aspectos productivos y socioeconómicos; para el caso contrario, la dependencia económica limita la toma de decisiones y roles a desempeñar tanto en la familia como en las actividades productivas que muchas veces son consideradas como ayuda sin alguna remuneración. En relación a las organizaciones de pequeños productores, si promueven la participación de mujeres, aunque falta por impulsar el liderazgo interno de las mismas, brindar mayor y mejor capacitación hacia los hombres en relación a la equidad de género, gestionar el acceso a recursos y proyectos empresariales hacia las mujeres, para incidir en todas las esferas económicas y sociales de las comunidades. No obstante, se identifica que productoras y no productoras presentan rezago en prerrogativas básicas como educación e ingresos.

4.7 LITERATURA CITADA

- Alloati, M. N. (2014). Una discusión sobre la técnica de bola de nieve a partir de la experiencia de investigación en migraciones internacionales. IV Encuentro Latinoamericano de Metodología de Las Ciencias Sociales. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8286/ev.8286.pdf
- BM (Banco Mundial). (2019). Mujer, empresa y el derecho 2019. Una década de reformas.
- Biermayr-Jenzano, P. (2016). Género y sistemas agroalimentarios sostenibles. In Fao. <http://www.fao.org/3/a-i5724s.pdf>
- Candelaria M. B., Ruiz R. O., Gallardo L.F., Pérez H. P., Martínez B. A. y Vargas V. L. (2011). Aplicación de modelos de simulación en el estudio y planificación de la agricultura, una revisión. *Tropical and subtropical agroecosystems*, 14(3), 999-1010.
- Cárcamo T. N. J., Vázquez G. V., Zapata M.E., y Nazar B. A. (2010). Género, trabajo y organización: Mujeres cafetaleras de la Unión de Productores Orgánicos San Isidro Siltepec, Chiapas. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 18(36), 155-176.
- Carmines, E. G. & Zeller, R. A. (1979). Reliability and validity assessment. Sage Publications, Inc. <https://academic.csuohio.edu/kneuendorf/c63111/C&ZSage.pdf>
- Chablé C. Elia M. S., Gurri G. F. D., Molina R. D. O., y Schmook B. (2007). Fuentes de ingreso y empoderamiento de las mujeres campesinas en el municipio de Calakmul, Campeche. *Política y cultura*, (28), 71-95.

- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2019). Modelos de actividad comercial que empoderan a las mujeres: perspectivas e inspiración de las organizaciones de Comercio Justo. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/03/CUADERNO-9-FINAL.pdf>
- Denman, C. A., Aranda, P., y Cornejo, V. E. (1997). Magdalena de León (compiladora) Poder y empoderamiento de las mujeres. *Religión y Sociedad*, 11(18), 189–197.
- Development Bank, A. (2013). Gender equality and food security Women’s Empowerment as a Tool against Hunger. www.adb.org
- Ejea M. M. T. (2009). Café y cultura productiva en una región de Veracruz. *Nueva antropología*, 22(70), 33-56.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). (2011). El estado mundial de la agricultura y la alimentación. <http://www.fao.org/3/i2050s/i2050s.pdf>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2017). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2017.
- Gobierno del Estado de Veracruz. 2018. Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024. <http://www.veracruz.gob.mx/programadegobierno/2019/06/06/plan-veracruzano-de-desarrollo-2019-2024/>
- Hernández S. M.I. y Nava-Tablada, M.E. (2019). Capital social en organizaciones cafetaleras de dos regiones de la zona centro de Veracruz, México. *Sociedad y Ambiente*, 21(2019), 3-5.
- Hernández T. J. M. (2016). Cortadores de café en México. *El inframundo del trabajo decente*. Ra Ximhai, 12(4), 93–110.
- Hernández S. J.E y R. García F. 2008. Instrumento para medir el Empoderamiento de la Mujer. Villahermosa, México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. 31 p.
- López M. R. y Díaz P. G. (2020). Diagnóstico, productividad y ambiente en cafetales: estudios regionales y de caso (C. de I. R. G. C. del INIFAP (ed.)). Vol. 1.
- López Z. A. G. (2018). Transformaciones en las relaciones de género-familiares y la agencia de campesinas indígenas cafetaleras en cooperativa. *Revista Punto Género*, 9(2018), 39-64.
- Riaño M. R. E. y Okali C. (2008). Empoderamiento de las mujeres a través de su participación en proyectos productivos: Experiencias no exitosas. *Convergencia*, 15(46), 119–141.
- Meza O. A., Tuñón P. E., Ramos M. D. E. y Kauffer M. E. (2002). Progresía y el empoderamiento de las mujeres: estudio de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de Población*, 8(31), 67–93.
- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. In (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.
- Nava-Tablada, M.E. y Hernández, S. M.I. (2017). Cafeticultura en Veracruz: entre alternativas y crisis. 99-122. In. Veracruz, un análisis para el desarrollo. Galicia, O (edit).
- Paz P. L. (2018). Mujeres del cafetal en la región central de Veracruz Aportaciones femeninas a la economía campesina en el colapso de 2013-2017. *Argumentos, Estudios Críticos De La Sociedad*, 31(86), 229–250.

- PRONATURA. (2017). Regiones cafetaleras de Veracruz. Aroma de la biodiversidad, de Pronatura, A.C. 26 de abril de 2017. https://issuu.com/pronaturaveracruz/docs/cafe_y_biodiversidad_web_isu
- Quero V. M. (1997). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 12(2), 248–252.
- Rowlands, J. (1997). Questioning Empowerment. In *Questioning Empowerment*. Oxfam Publishing. <https://doi.org/10.3362/9780855988364>
- Sánchez-Hernández M. de la L., Martínez S.C.E., Alarcón P. S.A. y Cabrera N. A. (2019). Economía agroalimentaria: Análisis de la producción, comercialización y problemática del cultivo del café. *Biológico Agropecuario Tuxpan*, 7(2), 79–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.47808/revistabioagro.v7i2.33>
- Schuler, M. (1997). Los derechos de las mujeres son derechos humanos: La agenda internacional del empoderamiento, en Magdalena León (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*. T. M. Editores, Santa Fé de Bogotá.
- SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural). (2018). México, onceavo productor mundial de café. SADER. <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/mexico-onceavo-productor-mundial-de-cafe?idiom=es>.
- Vargas-arroyave, L. P., Bernal-calderón, L. V., y Torrente-rocha, J. J. (2020). Empoderamiento de la mujer y capacidad de agencia en la caficultura : el caso de la asociación Ingemur. *Veritas & Research*, 2(1), 60–68.

CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo al análisis realizado sobre las perspectivas de la cafecultura de Comercio Justo en la Región de las Altas Montañas, se pudo concluir que este enfoque de comercio es un medio para generar oportunidades comerciales y sociales para un grupo selecto de productores y con cierto nivel organizativo (legalmente constituidos), tecnológico y capacidad socioeconómica que le permite incursionar en mercados internacionales, discriminado a otros productores que no tienen estas características, lo que limita su aporte regional. Este sistema si ha ayudado a la mejora de la participación de los pequeños productores en mercados internacionales, pero por otro lado se visualizaron disfunciones que impiden la competitividad en el sector cafetalero, como lo es: falta de asesoría, asistencia empresarial, técnica y productiva por parte de las organizaciones de pequeños productores y el mismo sistema de Comercio Justo, para aplicar normas que respalden las condiciones comerciales y sociales de los pequeños productores, así como el apoyo del gobierno federal a través de la gestión de políticas públicas en beneficio del sector, por medio de un marco legal y constitucional para la comercialización del café, ya que por sí solo no es suficiente, debido a que el precio del contrato mínimo sigue siendo insuficiente y la prima social se utiliza en gastos para solventar la certificación. Por otro lado, este enfoque de comercio debe visualizarse como una plataforma para impulsar alianzas externas que ayude a los pequeños productores a adquirir nuevos conocimientos y ser más competitivos, optar por la calidad, promover una cultura orgánica para satisfacer los mercados exigentes de estos productos y fomentar la diversificación o el valor agregado con el café, todos estos elementos como vías de acceso para mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores.

En cuanto al análisis de la red de valor permitió identificar a los actores estratégicos de un caso específico de estudio, lo que indicó que existe una escasa participación entre todos los actores (hay mayor interacción entre las importadoras y los productores/socios, solo por el flujo económico que representa cada uno), en el cual se identifica el intercambio de productos/servicios, pero no hay agregación de valor, lo que provoca que no haya competitividad en satisfacer las necesidades de consumo del cliente internacional.

En relación al empoderamiento de la mujer el sistema de CJ sí ha ayudado a fomentar la equidad de género, debido que en organizaciones cafetaleras la participación de la mujer en la toma de decisiones y comités administrativos era nulo, aun así en este tenor, hay mucho por hacer para empoderar a las mujeres tanto económicamente como a nivel organizativo, social y

proporcionando los derechos sobre las tierras, ya que del aumento de la participación de la mujer es que se contribuye a generar economías estables y mejorar la calidad de vida de las familias y sociedad en general.

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos, se presenta el análisis de la contrastación de las hipótesis:

Hipótesis 1: La hipótesis planteada dice que los actores de la red de valor de café de Comercio Justo de la URPPC interactúan entre sí y esto permite una operación eficiente. Esta hipótesis se rechaza parcialmente ya que los actores de la red de CJ que tienen mayor interrelación son los productores y las importadoras, ya que de ellos depende principalmente el flujo económico para que el caso de estudio analizado pueda operar de manera eficiente, en donde se identifica solo el intercambio de productos y/o servicios, pero no hay agregación de valor, lo que provoca que no haya competitividad para satisfacer las necesidades de consumo del cliente internacional.

Es necesario realizar un plan por parte de la URPPC que promueva mayor participación de productores/socios, clientes/importadoras, proveedores y complementadores, para que puedan generar valor a la red de CJ y hagan de las organizaciones de pequeños productores empresas rurales eficientes.

Hipótesis 2: La hipótesis menciona que el esquema de CJ permite una mayor calidad de vida en comparación con modelos tradicionales de producción de café. Esta hipótesis muestra evidencia para rechazarla, debido a que la calidad de vida tanto para productores organizados y que cuentan con la certificación de Comercio Justo, como los productores que no están adheridos a una organización de pequeños productores, tienen baja calidad de vida. Todo esto debido a que, en general, el estado de Veracruz presenta limitaciones estructurales en cuanto a prerrogativas básicas como la salud, seguridad, alimentación, educación, ingreso, seguridad y buen gobierno.

Con esto se concluye que la organización no presenta mejoría cuantificable, pero sí en relación a algunos servicios que ofrecen las pequeñas organizaciones como: trato igualitario, un precio mínimo justo, gestión de brigadas para la salud y asistencia tanto técnica como administrativa; mismas, que en ocasiones se presenten de manera intermitente.

Asimismo se determina que en la región RAMVER, los productores le dan mayor importancia a los bienes inmateriales que a los materiales.

Hipótesis 3: La hipótesis considera que el nivel de empoderamiento de la mujer va directamente relacionado con los derechos que tienen sobre las tierras, motivo por el cual no hay evidencia de rechazar la hipótesis debido a que el papel de la mujer es preponderante en la producción de café en la región de las Altas Montañas, Veracruz, tanto en las actividades productivas y económicas en relación al café, pero principalmente cuando se tiene el derecho sobre las tierras, de lo contrario, su participación es media en comparación con la participación que tiene el hombre en este sector. Es importante resaltar que las organizaciones de pequeños productores de café si impulsan la participación de las mujeres, aunque éstas no siempre tengan la disposición de participar debido a su rol reproductivo y de cuidado del hogar, así como las actividades extra finca que debe de realizar para generar ingreso económico para la familia.

Por tanto, es importante promover la sensibilización en los hombres para sumarse a la transversalidad de género (beneficios iguales para hombres y mujeres); a través de las políticas de género Fairtrade, así como promover acciones para que las mujeres asuman la titularidad de las tierras.

Bajo este análisis es necesario proponer un modelo integral para mejora del esquema de Comercio Justo para los pequeños productores cafetaleros con la sinergia del gobierno, Fairtrade, Centros de investigación/Universidades, las cooperativas de cafecultores y los productores, tal como lo muestra la figura número 4.5.

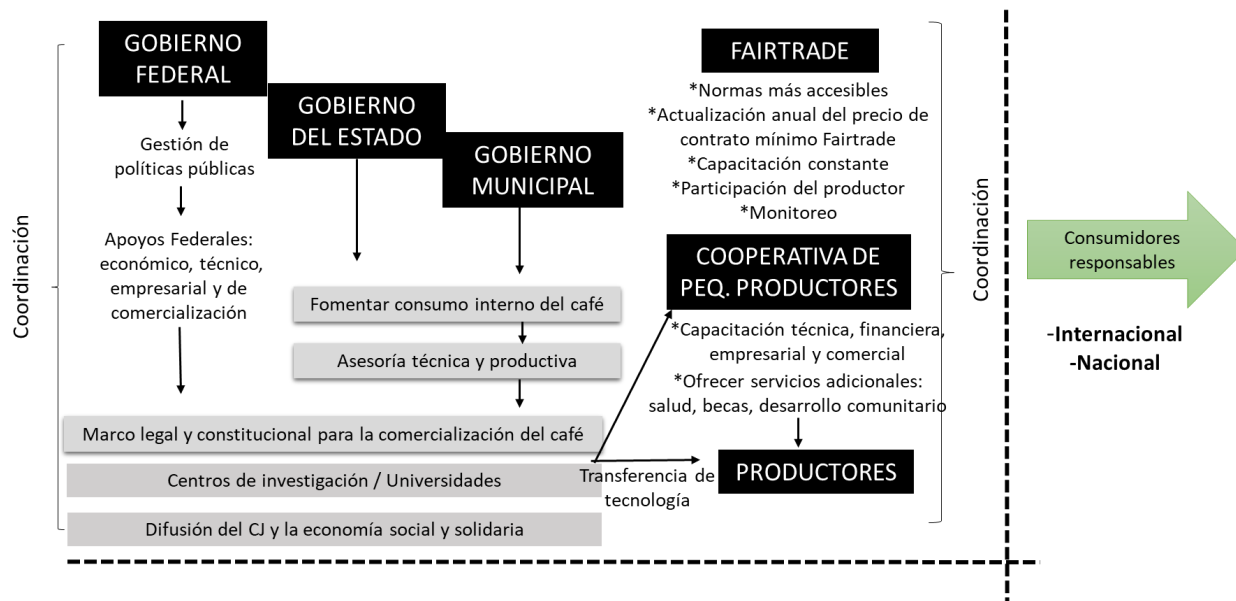


Figura 4.5. Modelo integral para mejora del esquema de Comercio Justo

ANEXO 1 Análisis de red de valor del Comercio Justo



**ANÁLISIS DE LA RED DE
COMERCIO JUSTO**



Agradecemos tu colaboración al contestar los siguientes cuestionamientos de forma sincera, ya que el presente es elaborado con fines académicos.

El objetivo de la siguiente encuesta es analizar los actores estratégicos de la red de valor de café de Comercio Justo (CJ) de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café (URPPC) para identificar los problemas y posibles alternativas de solución que permitan una operación eficiente.

Nombre del entrevistado: _____

Tipo de actor*: _____ Localidad/Municipio: _____

* Productores, importadores, complementadores o proveedores o competidores.

Problemas percibidos en la organización en relación a la norma de Comercio Justo	Propuesta a ese problema percibido

Observaciones:

II. DATOS DEL PRODUCTOR:

1.- Sexo: Hombre (1) :__ Mujer (2):__ 2.- Municipio:_____ 3.- Edad: __

4.- Indique el número de hectáreas sembradas para el cultivo del café: ____

5.- Tipo de cultivo:

1.- Orgánico	2.- Convencional
--------------	------------------

6.- ¿Qué tipo de café vendes?

1.- café cereza	2.- Café natural o bola	3.- Café pergamino
4.- café oro lavado	5.- Café molido	6) café soluble
7.- Otro		

7.- Rendimiento (Toneladas por Ha.)_____

8.- Años de experiencia en el cultivo: _____

Problemas percibidos en la organización en relación a la norma de Comercio Justo	Propuesta a ese problema percibido

ANEXO II Calidad de vida de los productores cafetaleros



**CALIDAD DE VIDA DE LOS
PRODUCTORES
CAFETALEROS**



Ésta encuesta está dirigida a productores/as de la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz que se dedican al cultivo del café.

Agradecemos tu colaboración al contestar los siguientes cuestionamientos de forma sincera, ya que el presente es elaborado con fines académicos.

I.- INFORMACIÓN SOCIAL DE LOS PRODUCTORES

1.- Sexo: Hombre (1) :___ Mujer (2):__

2.- Edad: 1) 20-40 años___ (2) 41-60 años __ (3) 61-75 años ___ (4) 76-90 años ___
(5) Mas de 91 años_____

3.- Escolaridad:

1) Primaria incompleta (0)	2) Primaria Completa (6)	3) Secundaria (9)
4) Preparatoria (12)	5) Licenciatura (16)	6) Postgrado (18)

4.- Municipio al que perteneces: _____

5.- Tipo de productor: POR:_____ PNO: _____

II.- DATOS TÉCNICO-PRODUCTIVOS

6.- Indique el número de hectáreas sembradas para el cultivo del café: _____

7.-¿Qué variedades de café cultivas?_____

8.- Usa plaguicidas y otros productos químicos:

1) Utilización de plaguicidas, fertilizantes u otros productos químicos

2) Abonos/productos orgánicos

3) Ambos

9.- ¿Qué tipo de café vendes?

1.- café cereza	2.- Café natural o bola	3.- Café pergamino
4.- café oro lavado	5.- Café molido	6) café soluble
7.- Otro		

10.- Cuando vendes tú café ¿Cómo te realizan el pago?

1) Te pagan por partes y te liquidan al término de la cosecha	2) Te pagan todo, en cuanto entregas el café	3) A remate
4) Por anticipo	5) Otro	

III.- CALIDAD DE VIDA OBJETIVA

3.1 EDUCACIÓN/TASA DE ALFABETIZACIÓN

11-	Nivel académico		
1) Ningún nivel académico	2) Primaria incompleta	3) Primaria completa	
4) Secundaria	5) Preparatoria	6) Licenciatura	
7) Postgrado			

3.2 PERCEPCIÓN DE LA SALUD

12.-	¿Cómo ha sido su estado de salud en el último año? Marca en una escala del 1 al 4. Siendo el rango más bajo 1 y el mejor 4		
1) Rango más bajo	2) Regular	3) Muy buena	
4) Muy buena salud			
13.-	El servicio médico que recibe es:		
1) No recibe servicio médico	2) A través de tratamientos de la medicina tradicional herbolaria	3) De Hospitales/Clínicas públicas	
4) Privado			

3.3 ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN/ACCESO

14.-	¿Encontré los alimentos que más le gustan a mi familia en la tienda o mercado?			
1) Pocas veces (entre 5 y 10 veces al mes)	2) Algunas veces (entre 11 y 18 veces al mes)	3) La mayor parte de las veces (entre 19 y 25 veces al mes)	4) Todos los días se tiene acceso a conseguir los alimentos.	

15.-	Considerando SOLO lo que ganas por el cultivo del café ¿Cuentas con solvencia económica para comprar los alimentos para las comidas del día?		
1) Pocas veces (entre 5 y 10 veces al mes)	2) Algunas veces (entre 11 a 18 veces al mes)	3) Algunas veces (entre 19 a 25 veces al mes)	4) Todos los días se podrían comprar los alimentos.

ALIMENTACIÓN/UTILIZACIÓN

16.- De la siguiente lista de alimentos, menciona los que ha consumido en los últimos 30 días.

1) Carnes	<input type="checkbox"/> Pollo <input type="checkbox"/> Res(bistec, en guisado) <input type="checkbox"/> Puerco (costilla, pierna, chorizo) <input type="checkbox"/> Borrego (birria, barbacoa)
2) Legumbres, semillas y frutos secos	<input type="checkbox"/> Frijol <input type="checkbox"/> Lenteja <input type="checkbox"/> Garbanzo <input type="checkbox"/> Habas <input type="checkbox"/> Nuez <input type="checkbox"/> Cacahuate <input type="checkbox"/> Ajonjolí <input type="checkbox"/> Cacao (grano o molido) <input type="checkbox"/> Café (grano o molido)
3) Raíces y tubérculos	<input type="checkbox"/> Yuca <input type="checkbox"/> Jícama <input type="checkbox"/> Camote <input type="checkbox"/> Papa <input type="checkbox"/> Zanahoria <input type="checkbox"/> Calabaza <input type="checkbox"/> Ajo
4) Frutas	<input type="checkbox"/> Manzana <input type="checkbox"/> Naranja <input type="checkbox"/> Mandarina <input type="checkbox"/> Plátano <input type="checkbox"/> Limón <input type="checkbox"/> Mango <input type="checkbox"/> Melón <input type="checkbox"/> Guayaba <input type="checkbox"/> Maracuyá <input type="checkbox"/> Litchi <input type="checkbox"/> Uvas <input type="checkbox"/> Ciruela <input type="checkbox"/> Lima <input type="checkbox"/> Mamey <input type="checkbox"/> Guanábana <input type="checkbox"/> Papaya <input type="checkbox"/> Jitomate <input type="checkbox"/> Tomate <input type="checkbox"/>
5) Verduras	<input type="checkbox"/> Nopal <input type="checkbox"/> Cebolla <input type="checkbox"/> Brócoli <input type="checkbox"/> Cilantro <input type="checkbox"/> Lechuga <input type="checkbox"/> Chayote <input type="checkbox"/> Elote <input type="checkbox"/> Flor de calabaza <input type="checkbox"/> Hongos <input type="checkbox"/> Chicharo
6) Huevo y menudencias	<input type="checkbox"/> Huevos <input type="checkbox"/> Hígado <input type="checkbox"/> Chicharrón de res
7) Pescados y mariscos	<input type="checkbox"/> Tilapia <input type="checkbox"/> Bagre <input type="checkbox"/> Carpa <input type="checkbox"/> Mojarra <input type="checkbox"/> Atún <input type="checkbox"/> Sardina <input type="checkbox"/> Camarón <input type="checkbox"/> Cozoles <input type="checkbox"/> Huevera (Huevos de pescado)
8) Leches y productos lácteos	<input type="checkbox"/> Leche de vaca <input type="checkbox"/> Crema <input type="checkbox"/> Yogurth <input type="checkbox"/> Queso Requesón
9) Aceites y grasas	<input type="checkbox"/> Aceite <input type="checkbox"/> manteca <input type="checkbox"/> Mantequilla <input type="checkbox"/> Mayonesa <input type="checkbox"/> Aguacate
10) Dulces	<input type="checkbox"/> Miel <input type="checkbox"/> Piloncillo <input type="checkbox"/> Azúcar <input type="checkbox"/> Caramelos <input type="checkbox"/> Galletas <input type="checkbox"/> Chocolates <input type="checkbox"/> Pasteles <input type="checkbox"/> Pan dulce

11) Condimentos	__Pimienta __Sal __Orégano __Ajo molido __Chiles secos __Clavo __Comino __Epazote __Consomé de pollo		
12) bebidas	__Jugos de frutas azucarados __Agua de fruta natural azucarada __Refrescos __Café __Té __Atole __Bebidas alcohólicas		
13) Cereales	__Avena(atole) __Harina de trigo (pan, tortillas, pastas) __Arroz __Maíz (nixtamal: tamales, tortillas; atole)		
17.-	¿Qué tipo de agua utiliza para beber o cocinar?		
1) Agua de la llave	2) Agua hervida	3) Agua de garrafón de rellenadora	4) Agua de garrafón (Bonafond, Ciel, Agua Cristal etc.)
18.-	¿En dónde almacena los alimentos frescos que obtiene o compra para su hogar?		
1) No los almaceno, ya que compro al día	2) En recipientes de madera o de plástico	3) En alacena/ estante	4) En refrigerador

ALIMENTACIÓN/DISPONIBILIDAD

19.-	¿Encontré los alimentos disponibles en la tienda o mercado local?		
1) Pocas veces (entre 5 y 10 veces al mes se tiene la disponibilidad de alimentos)	2) Algunas veces (entre 11 y 18 veces al mes se tiene la disponibilidad de alimentos)	3) Algunas veces (entre 19 y 25 veces al mes se tiene la disponibilidad de alimentos)	4) Todos los días tienes disponibilidad de alimentos
20.-	¿Cuentas con la capacidad económica para comprar los alimentos disponibles en la tienda de la esquina o mercado local?		
1) Pocas veces (entre 5 y 10 veces al mes)	2) Algunas veces (entre 11 y 18 veces al mes)	3) Algunas veces (entre 19 y 25 veces al mes)	4) Todos los días se puede realizar la compra de alimentos

INGRESOS

21.-	¿Cuenta con otros ingresos adicionales al cultivo del café?		
1) No	2) Sí		
22.-	Si respondiste que SI ¿Qué otro ingreso tiene? Si respondiste NO marque la opción 1 (Ninguno)		
	1) Ninguno	2) Tengo un negocio	3) Como jornalero en otra parcela
	4) Por pago de un programa de gobierno.	5) Por apoyo de familiares que se encuentran en el extranjero (remesas) o en otro estado trabajando	6) Por ser empleado en alguna organización o empresa
23.-	En caso de que la respuesta sea afirmativa, ¿Cuánto ganas mensualmente? En caso negativo, marque la opción 1 (Ninguno)		
	1) Ninguno	2) De \$1,000.00-\$5,000.00	3) De \$6,000.00-\$20,000.00
	4) De \$21,000.00-\$50,000.00	5) De \$51,000.00-\$100,000.00	6) De \$101,000.00-\$200,000.00

24.- En una escala del 1-10, ¿cómo considera que es tú calidad de vida con respecto a los ingresos que generas por el cultivo del café?

R= una escala del 1-10

IV.- CALIDAD DE VIDA SUBJETIVA

4.1 SEGURIDAD PÚBLICA

25.-	¿Te sientes seguro en tu localidad?		
1) Si	2) No		
26.-	¿Cómo considera que es la seguridad en su localidad?		
	1) Es un lugar muy inseguro	2) Es un lugar inseguro	3) Es un lugar seguro
	4) Es un lugar muy seguro		
27.-	¿Cómo considera que es la capacidad de las autoridades de la localidad para enfrentar la inseguridad?		
	1) De muy mala calidad	2) De mala calidad	3) De buena calidad
	4) Muy buena		

4.2 BUEN GOBIERNO:

Seleccione la respuesta de una escala del 1-4, considerando el 4 como el mejor resultado.

28.-	¿Cómo califica la honestidad de sus gobiernos locales? R= _____
29.-	¿Cómo califica la calidad de los servicios públicos de su localidad? R= _____

4.3 VIDA COMUNITARIA

Seleccione la respuesta de una escala del 1-4, considerando el 4 como el mejor resultado.

30.-	¿Cómo considera la calidad del medio ambiente en su localidad? R= _____
31.-	¿Cómo califica la infraestructura carretera de su localidad para moverse hacia otras localidades o ciudades? R= _____

4.4 BIENESTAR PERSONAL

32.-	¿Qué tan satisfecho está usted con su vivienda?			
	1) Totalmente insatisfecho	2) Indiferente	3) Estoy satisfecho	4) Estoy totalmente satisfecho
33.-	¿Qué tan satisfecho está usted con su trabajo en el cultivo del café?			
	1) Totalmente insatisfecho	2) Indiferente	3) Estoy satisfecho	4) Estoy totalmente satisfecho
34.-	¿Qué tan satisfecho está usted con su vida familiar?			
	1) Totalmente insatisfecho	2) Indiferente	3) Estoy satisfecho	4) Estoy totalmente satisfecho

4.5 ESCALA DE FELICIDAD

35.-	¿Qué tan feliz y satisfecho se considera?				
	1) No soy nada feliz	2) Estoy un poco feliz	3) Indiferente	4) Estoy feliz	5) Estoy totalmente feliz

36.- Comente los beneficios y las limitaciones que usted tiene por pertenecer a una organización de Comercio Justo R= _____

37.- Mencione sus experiencias con la organización de CJ

ANEXO III: Empoderamiento de la mujer en el sector cafetalero



**EMPODERAMIENTO DE
LA MUJER**



**Ésta encuesta está dirigida para productoras y esposas de productores de café de la
región de las Altas Montañas del estado de Veracruz**

Agradecemos tu colaboración al contestar los siguientes cuestionamientos de forma sincera,
ya que el presente es elaborado con fines académicos.

I.- INFORMACIÓN GENERAL:

DIMEN SIÓN	VARIABLE	SUB VARIABLE	PREGUNTA	VALOR DEL ITEM
I.- DATOS GENERA LES	DATOS GENERALES	EDAD	¿Qué edad tiene?	INFORMACI ÓN PARA LA CARACTERIZ ACIÓN DE LA MUJER
		PERFIL DE MUJER:	Selecciona una opción: ¿Eres dueña de la parcela? Si () No () Eres esposa o familiar (mujer) de un productor de café Si () No ()	
		MUNICIPIO	¿A qué municipio pertenece?	
		ESTADO CIVIL	¿Cuál es su estado civil?	
		NIVEL DE ESTUDIOS	¿Cuál es su escolaridad?	
		DATOS DEL CULTIVO Ha. Sembradas de café _____		

II.- EMPODERAMIENTO

DIMENSIÓN	VARIABLE	SUB VARIABLE	PREGUNTA	PUNTOS

2.- EMPODERA MIENTO	CONTEX TO FAMILIA R	CREENCIA DE CAPACIDA DES (INDIVIDU AL)	Mi familia cree en mi capacidad de tener éxito en las diferentes actividades.	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		PARTICIPA CIÓN ACTIVA (INDIVIDU AL)	En mi familia, me han educado para participar de manera activa en proyectos/actividades que me hagan sentir bien.	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		MOTIVACI ÓN FAMILIAR (INDIVIDU AL)	En mi familia me han motivado para sobresalir y desempeñarme con éxito con todo lo que haga.	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
	AUTOES TIMA	SEGURIDA D (INDIVIDU AL)	Creo en mí y en mis capacidades de trabajar en diversas actividades	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		DECISIONE S (INDIVIDU AL)	Yo tomo las decisiones importantes para mi vida	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)

	AUTONOMÍA	INICIATIVA	Tengo poder de decisión para proponer mejoras o ideas con creatividad en relación al cultivo del café.	<ul style="list-style-type: none"> e) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) f) De acuerdo (7.5 Ptos.) g) En desacuerdo (5 Ptos.) h) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.) 	
		AUTOGESTIÓN	Coordino las actividades con mi familia o mi equipo de trabajo para alcanzar los objetivos en relación al cultivo del café.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.) 	
		AUTOEFICIENCIA	ÉXITO	En mi parcela (o la de mi esposo), cuando realizo una actividad, la termino con éxito...	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, INCLUSIÓN Y NO	IGUALDAD	Tengo el mismo derecho que los hombres a participar en las decisiones con relación a la producción de café.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)

	DISCRIMINACIÓN	BENEFICIOS ECONÓMICOS	Obtengo la misma remuneración y beneficios que los hombres por mi trabajo en el cultivo del café.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		IGUALDAD ECONÓMICA	Creo que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		IGUALDAD OPERACIONAL	Tengo igualdad de oportunidades en el manejo del cultivo del café.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
	PARTICIPACIÓN	IDENTIDAD	Participo con un rol propio y voluntario en las actividades de la finca de café.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
		LÍDER	Me considero una líder.	<ul style="list-style-type: none"> a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)

		TOMA DE DECISIONES	Participo en la toma de decisiones con respecto al proceso productivo del café (cosecha)	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
			Participo en la toma de decisiones con respecto a la transformación del café (producción)	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)
			Participo en la toma de decisiones con respecto a la comercialización del café (ventas y negociaciones).	a) Totalmente de acuerdo (10 Ptos.) b) De acuerdo (7.5 Ptos.) c) En desacuerdo (5 Ptos.) d) Totalmente en desacuerdo (2.5 Ptos.)

MDP

III.- IMPULSO DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER

1.- De la organización de pequeños productores... ¿La invitan para participar en la mesa directiva o en la toma de decisiones?

1.- No	2.- Sí	3.- Algunas veces
--------	--------	-------------------

2.- A usted ¿Le gusta participar en las actividades o puestos de liderazgo que convoca la organización de pequeños productores?

1.- No	2.- Sí	3.- Algunas veces
--------	--------	-------------------

3.- ¿Por qué?

PROMOCIÓN DE LA POLÍTICA DE GÉNERO FAIRTRADE

4.-¿Considera que ha mejorado la participación de la mujer en la organización de pequeños productores en los últimos 2 años?

LIMITANTES DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES

5. ¿Por qué considera que la mujer no participa de manera activa en toda la cadena productiva del café?

6. ¿Qué sugiere para que la mujer participe en actividades relacionadas a la producción y venta del café?

7.- ¿Qué sugiere que promueva la organización de productores a favor de la equidad de género?

