



**El Colegio  
de la Frontera  
Norte**

**REUNIR ESFUERZOS PARA EL DESARROLLO LOCAL:  
LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES DE CAFÉ  
TIEMELONLA NICH K´LUM, S. DE S.S Y SU PARTICIPACIÓN  
EN LOS MERCADOS ALTERNATIVOS ORGÁNICO  
Y DE COMERCIO JUSTO**

Tesis presentada por

**Alicia del Carmen Camas Pascacio**

Para obtener el grado de

**MAESTRA EN DESARROLLO REGIONAL**

Tijuana, B. C., México

2010

*A papá y mamá que en todo momento respaldan mis decisiones, por la libertad que me han dado siempre de caminar sin ataduras y al ritmo de mi propio tiempo.*

*A mi hermanito Manuel, que tomó en este tiempo el papel de hermano mayor, por nuestros días de estar lejos de casa, pero en busca de nuestros sueños.*

*¡¡¡Los amo!!!*

*A Ibet, amiga de ayer y por siempre, por los días en que fuiste el sol que me hacía falta en Tijuana para recargar energías y por las veladas de café, poesía y rompecabezas...Goooyya  
UNIVERSIDAD!!!.*

*A Sofía, tu regalo de segundo aniversario bebecita linda. Por los besitos, abrazos y cuidados que desee darte al nacer.*

*¡¡¡Las quiero colochas!!!*

*A CHIAPAS, porque soy parte de tu espacio...te llevo siempre en el corazón.*

## **Agradecimientos**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico otorgado durante este ciclo de preparación profesional. A El Colegio de la Frontera Norte por esta incomparable lección de vida académica y personal.

A la Coordinación de la Maestría en Desarrollo Regional: gracias Caro, gracias Araceli por la disponibilidad de apoyo en la institución y fuera de ella.

A quienes cuidaron de mí durante la realización de esta investigación: Dra. Cirila Quintero Ramírez, mi directora de tesis, por su inagotable paciencia y disponibilidad, gracias y 500 mil gracias más; Dra. Alma Amalia González Cabañas por su desinteresado apoyo desde el inicio hasta el fin de este trabajo; al Dr. Gerardo Ordoñez por los enriquecedores comentarios al texto.

A mis maestros, Dra. Sarah Martínez Pellegrini, Dr. Felix Acosta Díaz y Dr. Jorge Carrillo Viveros, por su ejemplo de vida profesional y personal.

A mis compañeros de clase de la MDR, por los momentos compartidos

A MÁS CAFÉ S.A.de C.V.: C.P. Delmar, Elías, Kike y Gaby (SETEM) por acogerme como parte de su equipo de trabajo y enseñarme la magia del paisaje del cafetal. A los pequeños productores de café, por hablar y callar lo necesario, por extenderme su mano y permitirme ver la auténtica identidad de esa deliciosa bebida, a Tiemelonla Nich K'lum S.de S. S.

Al Biologo Eleazar Rodríguez, al Lic. Pedro Roque y al Mtro. Walter Baez por su buena disposición para la charla y lo valioso de sus experiencias.

A quienes sembraron en mí el interés por la Ciencia Regional: Dr. Luis Quintana R. -UNAM-Acatlán; Dr. Ricardo Carrillo Arronte y Dr. Héctor Iturribarría Pérez -@regional.com.-.

A mis amigos del centro y sureste de México, por las frecuentes charlas virtuales que daban vida a este paisaje tan al norte: H., Tere, Normis, Paco, Claudia, Gilberto, Maluye, Roberto Joaquín. Los quiero niños.

A mi familia, por saberlos siempre cerca, de “frontera a frontera”.

A Italia Angel, Giorge Burgueño, Marcela Castañeda y Miss Estela Soler; por su cariño y amistad sincera, porque sé que tendremos más momentos para seguir escribiendo esta historia que tuvo un inicio de 24 meses.

A José Cabrera-Hernández, mi compañero de clase y amigo entrañable, porque para contar mi vida en El Colef y en Tijuana no es necesario mencionar su nombre, ni referir su presencia cerca de mí, es inherente a esta etapa de mi vida. Los quiero amigos, sin duda son lo mejor que me llevo de Tijuana...

A Dios y a María, porque puedo verme hoy aquí y así.

## **RESUMEN**

Como consecuencia de la apertura comercial, que se dio en México a inicios de la década de los ochenta, se gestaron múltiples cambios en la organización de las actividades de los sectores productivos. Los procesos y los actores reconfiguraron sus acciones para hacer frente a los problemas de productividad, desempleo y bajos precios que se suscitaban dentro de sus sectores de actividad. El sector de los cafetaleros, integrado en su mayoría por productores minifundistas, fue uno de los que resultó afectado en México, porque a la ya conocida volatilidad de los precios del café, se sumaba el dismantelamiento de los aparatos gubernamentales que daban soporte financiero a la actividad. Los productores exploraron nuevas alternativas de organización, producción y comercialización que han sido eficaces para mantenerse en el mercado y promover el desarrollo local. En este trabajo se pone en evidencia la importancia de la organización de productores para impulsar el cultivo orgánico de café, insertarse en el mercado de comercio justo y promover el desarrollo local, mostrando la experiencia de Tiemelonla Nich K'lum S. de S. S., vista con un enfoque de capital social y acción colectiva y manejando la información mediante técnicas cualitativas que revelaron a la organización de productores como un medio eficaz de promoción del desarrollo con dos perspectivas diferenciadas, que aplicadas al territorio de análisis dan indicios de un mejor nivel de vida.

## **ABSTRACT**

As a result of trade liberalization, which took place in Mexico in the early eighties, it gave birth to many changes in the organization of the activities of productive sectors. The processes and actors reconfigured their actions to address the problems of productivity, unemployment and low prices that arose within their sectors. The coffee sector, composed mainly of smallholders, was one who was hit in Mexico, because the known volatility of coffee prices, it added the dismantling of the governmental apparatus that gave financial support to the activity. Producers explored new ways of organization, production and marketing that have been effective to stay on the market and promote local development. This paper highlights the importance of the producer organization to promote organic cultivation of coffee, to enter the market for fair trade and promote local development and the experience of Tiemelonla K'lum S. Nich S. S., view with a focus on social capital and collective action and managing information through qualitative techniques that revealed the organization of producers as an effective means of promoting development with two distinct perspectives, which applied to the territory of analysis give evidence of better standard of living.

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
1. Planteamiento de problema y justificación de la investigación .....	3
2. Justificación de la investigación .....	7
3. Preguntas de investigación.....	8
4. Objetivos de la investigación.....	9
5. Marco teórico y conceptual de referencia.....	9
6. Hipótesis .....	11
6.1. General.....	11
6.2. Secundaria .....	11
7. Reseña metodológica .....	11
8. Alcances y limitaciones de la investigación .....	12
Capítulo I	
El cultivo y la comercialización del café en tiempos de globalización: de pago económico a desarrollo local.....	17
I.1. Globalización, sociedad civil, capital social y acción colectiva: como contexto para el análisis de la organización de productores.....	18
I.1.1. La sociedad civil.....	21
I.1.2 El capital social. ....	23
I.1.3 Acción colectiva.....	28
I.2. Un segmento de la sociedad civil frente la globalización: la organización de productores agrícolas.....	31
I.3 Mercados alternativos: orgánico y de comercio justo.....	35
I.3.1 La agricultura orgánica.....	35
I.3.2 Actores en la producción orgánica .....	37
I.3.3 El proceso de producir café orgánico.....	38
I.3.4 La certificación.....	40
I.3.5 La producción orgánica del café y sus efectos más allá de lo productivo .....	42
I.4 El mercado de Comercio Justo: identidad, actores y acciones .....	46
I.4.1 La identidad del Comercio justo .....	46
I.4.2 Actores del comercio justo.....	47

1.4.3. Certificación Fair Trade.....	49
1.4.4 El comercio justo: intercambio con sentido humano .....	50
I.5 Producción orgánica, comercio justo y organización de productores.....	53
I.6. Elementos para un desarrollo integral: la organización de productores, la producción orgánica y el comercio justo como medios para impulsarlo. ....	55
I.7. Recapitulación.....	59
<b>Capítulo II</b>	
La organización de los productores como medio para impulsar el desarrollo local en un contexto de producción orgánica y comercio justo. La experiencia de Tiemelonla Nich K'lum, S. de S.S.....	63
II.1 La región de estudio .....	63
II.1.1 Características geográficas.....	63
II.1.2 Características sociales .....	64
II.1.3 Perfil económico .....	66
II.1.4 Características culturales. ....	69
II.2 De productores para el autoconsumo a productores para la comercialización.....	74
II.2.1. Un viraje cultural ante la reorganización del espacio social y económico .....	74
II.2.2. La organización de productores como forma de introducción a los nuevos cánones productivos .....	77
II.4 La organización Tiemelonla Nich K'lum, S. de S.S: de la tradición a la modernidad.	84
<b>Capítulo III</b>	
Los medios para contrastar la teoría y la realidad: tipos y técnicas de investigación empleadas	93
III.1. Tipos de investigación.....	93
III.1.1 La investigación exploratoria .....	95
III.1.2 La investigación documental .....	96
III.1.3 Investigación de campo .....	96
III.2 Técnicas de Investigación (instrumentos en el trabajo de campo).....	98
III.2.1 La observación directa.....	98
III.2.2 Los cuestionarios .....	99
III.2.3 Entrevistas a informantes clave .....	100
III.2.4 Diario de campo.....	101
III.2.5 Otras fuentes de recopilación de información .....	102

III.3. Recapitulación .....	103
Capítulo IV	
La organización de productores y su impacto en la producción orgánica y el comercio justo.	105
IV.1. Los pequeños productores de café en Peña Limonar .....	106
IV.1.1 La práctica del cultivo orgánico .....	107
IV.2. El comercio justo como forma alternativa de comercialización .....	112
IV.3 Recapitulación.....	116
Capitulo V	
El impacto de la organización de productores en la calidad de vida y el desarrollo local.....	117
V.1 El impacto económico .....	117
V.2 Impacto Comunitario.....	122
V.3 Impacto en el ámbito individual.....	125
V.4. Recapitulación .....	127
Conclusiones	
Esfuerzos reunidos para el desarrollo local: aportes y limitaciones de la organización de productores a la mejora de la calidad de vida, dentro de los mercados alternativos orgánico y de comercio justo .....	128
BIBLIOGRAFÍA .....	136
ANEXO I. Guión de entrevista para productores de café para el proyecto .....	i
ANEXO 2. Guión de entrevista para dirigentes de la organización para el proyecto. ....	vi
ANEXO 3. Cuestionarios aplicados. ....	x
ANEXO 4. Notas de trabajo de campo. ....	xiii



## **ÍNDICE DE GRÁFICAS Y CUADROS**

<b>Gráfica 5.1</b> Diferencia entre precio Fair Trade y mercado convencional, agosto 2010	120
<b>Cuadro 2.1.</b> Indicadores de pobreza, Ocosingo.	65
<b>Cuadro 2.2.</b> Actividades productivas, Ocosingo.	67
<b>Cuadro 2.3.</b> Principales ocupaciones de la población, Ocosingo.	68
<b>Cuadro 2.4.</b> Distribución municipal de los productores socios de TNK S. de S.S.	88
<b>Cuadro 5.1.</b> Diferencia entre precio Fair Trade y Mercado Convencional, 2010	121

## **ÍNDICE DE MAPAS Y FIGURAS**

<b>Mapa 2.1.</b> Área de influencia Tiemelonla Nich K'um, S. de S.S.	88
<b>Figura 2.1.</b> Organigrama de TNK, S. de S. S.	91

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

<b>Imagen 3.1.</b> Principios rectores de Tiemelonla Nich K'um.	86
<b>Imagen 4.1.</b> Parcela cultivada en forma convencional.	107
<b>Imagen 4.2.</b> Parcela cultivada orgánicamente.	107
<b>Imagen 4.3.</b> Para producir y comercializar café orgánico.	109
<b>Imagen 4.4.</b> Sistema de invernadero en la cafecultura	111
<b>Imagen 4.5.</b> Talleres de familiarización con las tareas del comercio justo	113

Este documento refiere a la tesis titulada “Reunir esfuerzos para el desarrollo local: la organización de productores Tiemelonla Nich K’lum S. de S. S. En el mismo se presentan desde los puntos más destacados del protocolo hasta los resultados de la investigación, ordenados en cinco capítulos y un apartado de conclusiones. A lo largo del documento se discute acerca del papel de la organización de productores como promotor del desarrollo local, dentro de los esquemas de producción orgánica y comercio justo y a la luz de las teorías de la acción colectiva y el capital social. Al finalizar el documento se muestran la bibliografía y los anexos.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo regional, de acuerdo con Sergio Boisier (1999), es un proceso de cambio estructural asociado a un permanente progreso del territorio, la comunidad y el individuo, el cual está determinado por la transformación sistemática del territorio regional en un sujeto colectivo, el cual, a través del fortalecimiento de la sociedad civil, permitirá al individuo como actor del territorio, alcanzar su plena realización como persona.

En esta conceptualización del desarrollo, resaltan como elementos principales el territorio, la comunidad y el individuo y se destaca el desarrollo humano como reflejo del progreso de la región. Los elementos que conforman el concepto de Boisier, para los fines de este trabajo, se conciben como elementos de actuación coordinada para la promoción del cambio en la región, a la vez que poseedores de funciones diferenciadas durante el proceso de cambio.

Al territorio por ejemplo, se le considera como el espacio de reproducción, el espacio de vida y el sitio de sobrevivencia (Rubio, 2006:29) que evidencia el grado de desarrollo de la región. Mientras que al individuo y a la comunidad (considerándola como la concentración de individuos dentro del territorio), se les considera como generadores o precursores del cambio. A lo que Boisier (1999) llamaría las dimensiones espacial, individual y social del desarrollo regional, respectivamente.

El desarrollo regional, como este mismo autor apunta (1999:6), es uno de los adjetivos que definen al amplio concepto de desarrollo. El uso de éste deriva del concepto de desarrollo territorial, que es según Boisier, la acepción más amplia del concepto; y que se usa como referente geográfico del proceso para delimitar el área de acción de los actores que integran determinada porción del espacio, así como para precisar los factores que se involucran en el progreso del territorio. En este sentido, puede hablarse de desarrollo regional, desarrollo local, desarrollo sustentable y desarrollo humano, entre otros.

El uso de los adjetivos regional y local, junto al término “desarrollo”, es en palabras de Boisier (1999:13)<sup>1</sup>, “bastante casuística y arbitraria”. Haciendo uso de esta permisibilidad, se aclara que en el presente trabajo se utiliza como base de análisis el concepto de “desarrollo regional” pero con aplicación a una porción territorial menor, la localidad.

Teniendo con esto que los elementos que estructuran el concepto de desarrollo regional citado en líneas anteriores: territorio, comunidad e individuo; serán entendidos dentro del tenor de un territorio en el que “las relaciones interpersonales, los contactos cara a cara y las tradiciones familiares y sociales son de mayor importancia que las relaciones impersonales mediatizadas por instituciones y que las tradiciones son al menos tan importantes como el marco legal” (Concepto de Territorio local. Boisier, 1999:12).

En este contexto, este trabajo de tesis busca resaltar la importancia de la participación organizada de los individuos en la promoción del progreso de su localidad (Desarrollo local), lo que debe verse a través de la mejora de la calidad de vida del individuo. Para tal efecto, se enmarca el análisis en la región sur – sureste de México, el Estado de Chiapas en la comunidad Peña Limonar del Municipio de Ocosingo. Localidad cuya principal actividad productiva, generadora de ingresos, es la comercialización de café y, para la cual los productores han debido organizarse para acceder a mercados que les retribuyan mejor por su actividad.

Como mejora en la retribución se consideran mayores precios de compra por su café, lo cual eleve su ingreso y le permita hacerse de bienes materiales que mejoren su situación de vida. Pero además, beneficios no monetarios que repercutan en la salud o la autoestima del individuo, es decir, todos aquellos satisfactores intangibles que son componentes importantes del desarrollo sustentable y humano.

El concepto de desarrollo regional-local, seleccionado como marco de análisis de este trabajo, pone de manifiesto la importancia de la sociedad civil como precursora de los cambios estructurales que posibiliten el desarrollo de los individuos como personas; lo que a la vez

---

<sup>1</sup> Respecto a este punto existe una clara explicación a lo largo de la obra de Boisier titulada “Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? (1999).

repercutirá en su comunidad y en su localidad en general. Así es que se considera a los productores de café organizados en una Sociedad de Solidaridad Social (S. de S.S.) como la sociedad civil que el concepto de Boisier considera clave para que el individuo alcance su pleno desarrollo como persona y, por lo tanto, que pueda hablarse de un desarrollo al interior de su territorio.

La organización de productores forma parte de los requisitos que los mercados orgánico y de comercio justo -los llamados mercados alternativos que ofrecen a los productores mejores precios por su producto y beneficios adicionales no monetarios- definen para permitir la participación de los pequeños productores en sus mecanismos comerciales.

Es por ello que en este trabajo se toman en cuenta como marco para conocer las posibilidades que ofrecen a los pequeños productores para mejorar su calidad de vida, tanto en términos monetarios como por beneficios intangible que le permitan su desarrollo personal. Y de esta manera determinar si la participación de la organización de productores TIEMELONLA NICH K'LUM S. de S.S, que es objeto de estudio de este trabajo, dentro de estos mercados alternativos, ha sido lo suficientemente efectiva para promover el desarrollo local en su área de influencia; en este caso la Comunidad Peña Limonar en Ocosingo, Chiapas.

## **1. Planteamiento de problema y justificación de la investigación**

Los cambios que se presentaron en el mundo con el inicio de la etapa más reciente del proceso de globalización<sup>2</sup>, caracterizada por la promoción del comercio internacional de bienes, servicios y capital así como la menor participación del Estado en la actividad económica han

---

<sup>2</sup> Se dice que la globalización ha tenido diferentes etapas en el tiempo: 1ª (fines del siglo XIX-1ª.GM: crecimiento del comercio e inversión foránea), 2ª.(años 50-70: menor crecimiento de la productividad, estancamiento, rápida expansión comercial, crecimiento de la inversión extranjera directa), 3ª. (80: apertura comercial e intercambio de bienes y servicios finales, intermedios IED, integración de los mercados financieros, avance tecnológico, comunicación e información, reducción de los costos de transporte) **Kuri, A.** (2003). *La globalización en perspectiva histórica*. Revista Comercio Exterior. Vol.53, Núm.1. y **Romero, J. Y Molina, H.** (2003) *El sistema económico global y las oportunidades de crecimiento para los países en desarrollo*. Revista Comercio Exterior Vol.53, Núm.1

tenido, en algunos casos como el de los países de Latinoamérica y África, repercusiones negativas en los sectores cuyo nivel de desarrollo, al momento de adoptar las medidas del consenso de Washington, no era el adecuado para enfrentar los retos de la nueva organización mundial (Frankel, 2000; Stiglitz, 2006).

En estos países, los distintos sectores económicos tuvieron que reacomodarse a los nuevos tiempos y establecer estrategias no sólo de corte institucional, sino de forma particular en cada actividad de los sectores para asegurar la atención expresa de la problemática interna. México fue uno de estos países que al interior de sus sectores experimentó reajustes de ambos tipos: institucionales y particulares, los cuales dieron origen a nuevas etapas de organización sectorial cuyos efectos se hacen presentes en la actualidad. Los ajustes del sector agrícola en México y en específico de la actividad cafetalera, son el contexto dentro del que se sitúa la problemática que se plantea en esta investigación.

La situación del sector cafetalero en México fue especialmente grave ante la disolución del Instituto Mexicano del Café (INMECAFE)<sup>3</sup>, puesto que los productores se encontraban incapacitados para autogestionar y administrar su actividad, y sobre todo sin capitalización suficiente para adquirir la maquinaria necesaria para llevar a cabo el proceso completo de procesado de su café para la exportación, además de contender con problemas de tenencia de la tierra, con la poca cobertura de las figuras asociativas y con las escasas posibilidades de financiamiento imperantes (Paré, 1990).

Ante esta situación, los productores buscaron nuevas alternativas para mantenerse en el juego comercial. En algunos casos, aprovecharon las estructuras organizacionales creadas en la época de bonanza del café<sup>4</sup>, y exploraron nuevos nichos de mercado dentro de los cuales competir a la par de la tendencia global.

---

<sup>3</sup> Organismo público que antes de la crisis del 82 funcionaba como regulador de las actividades del mercado del café en México.

Así surgieron en el sector cafetalero, organizaciones de productores como la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOP), la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca o la Red de Organizaciones Cafetaleras en Chiapas, entre otras; las que buscaron nuevas alternativas de producción y comercialización, y se incorporaron, con la asesoría de misioneros católicos a nuevos esquemas de producción y comercialización como el sistema de cultivo orgánico y el comercio justo.

El sistema de producción orgánica fue una de las alternativas de los productores organizados para insertarse en la competencia internacional; puesto que al ser la producción orgánica un proceso que utiliza métodos que respetan al medio ambiente, basado en el uso mínimo de insumos externos, abandono de fertilizantes y plaguicidas sintéticos con la finalidad de reducir al mínimo la contaminación del aire, el suelo y el agua y, por extensión optimizar la salud y la productividad de las comunidades interdependientes del suelo, las plantas, los animales y las personas<sup>5</sup>; surge una clasificación diferenciada del producto originada por los mecanismos de cultivo empleados.

Se origina entonces un mercado en el que la calidad del producto es lo esencial, el precio pagado por el bien que se intercambia retribuye las exigencias de los consumidores. Estas exigencias tienen que ver principalmente con las características del grano que se adquieren por su cultivo con métodos naturales. El precio que se paga dentro de este mercado, es un tanto mayor que el producto que se comercializa convencionalmente y dentro de éste son los mismos productores los responsables de mantenerse en el juego de la oferta y la demanda, pues la productividad se mide en razón de la calidad del producto que ofrecen y ésta se obtiene a través de los mecanismos de cultivo empleados, de los que ellos son los únicos responsables.

---

<sup>4</sup> Se considera así a la época en que la estructura organizacional del mercado de café estaba regulada por el INMECAFE regulando los precios del grano, otorgando créditos, entre otras funciones que facilitaban la participación de los productores en el mercado. El INMECAFE surge en los años 70 y desaparece en 1989 dentro del proceso de supresión de empresas públicas en México. Era un organismo que tenía a su cargo la actividad cafetalera en México, desde su producción hasta su comercialización. Uno de sus objetivos centrales fue la eliminación de intermediarios en el proceso de comercialización del grano. Durante su existencia, la cafecultura aumentó el número de productores debido a la producción a través del precio de garantía y la facilidad en el acceso al financiamiento para la producción.

<sup>5</sup> Para mayores detalles consultar: Nadia El-Hage Scialabba y Caroline Hattam . Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria. Colección FAO: Ambiente y Recursos Naturales N° 4FAO, Roma, 2003

A la par que la producción orgánica ha surgido un nuevo modelo de comercialización, el mercado denominado de Comercio Justo. Este mercado, de acuerdo a Fairtrade Labelling Organisations International (FLO), tiene como propósito crear oportunidades para productores y trabajadores en el sur que han sido marginados o colocados en una situación económica desventajosa por el sistema comercial convencional<sup>6</sup>.

Este mercado les ofrece un sobreprecio que considera el retorno de la inversión inicial de los productores, los gastos de gestión de las organizaciones y el plus por la calidad que se ofrece y la satisfacción de los gustos específicos de los consumidores (precio mínimo de comercio justo) que es igual a 1.25 dólares; aunado a aquél, existe una prima adicional sobre el precio del cultivo, fijada del precio de salida de la granja del producto de 0.10 dólares y algunas bonificaciones extras si se ofrece un producto cultivado por métodos orgánicos, 0.20 dólares (Fair Trade, 2010).

En ese sentido, la producción de tipo orgánico más el sistema de comercio justo, impulsa no sólo una nueva forma de producir sino una sistema de producción más inclusivo que integra el pago económico de un producto más el estímulo a otros elementos componentes de un desarrollo integral, como sería la protección de la salud del productor, al no usar pesticidas, y el cuidado al medio ambiente mediante el uso de insumos no agresivos a la naturaleza.

El ingreso a estos mercados alternativos fue una respuesta de los individuos involucrados en la actividad cafetalera, a los problemas que en el sector se vivían en la década de los ochenta. La desaparición de las instituciones públicas que respaldaban la actividad distorsionó el funcionamiento de ésta y surgieron, así como la inserción a estos mercados, otras respuestas como la migración o la sustitución de actividad productiva.

Pero aunque las respuestas hayan sido distintas, los efectos podrían traducirse en un efecto general para quienes estaban involucrados directamente con la actividad cafetalera; el desempleo y por ende la pobreza. Estos dos elementos, de acuerdo a Seers (1970) son

---

<sup>6</sup> FLO. Criterio Genérico de Comercio Justo para organizaciones de pequeños agricultores. Agosto, 2009 (página 2)



determinantes para el desarrollo del individuo, por lo que la presencia de ellos en el contexto de la actividad cafetalera y del país en general, era un indicador de la inexistencia de desarrollo.

Puesto que el ingreso a los mercados alternativos se encuentra sujeto a reglas que, entre otras cuestiones, manifiestan como requisito para la incorporación de los productores el que éstos se encuentren constituidos en organizaciones. Y, dado que la actividad de estos mercados presenta elementos que pueden pensarse como componentes de un proceso de promoción del desarrollo, entonces es posible pensar a la organización de los productores como un medio para promover el desarrollo local.

En palabras de Boisier, a la sociedad civil como promotor del desarrollo de las regiones. Que en su forma de organización de pequeños productores, ha buscado la manera de insertarse a esquemas que le permitan, por una parte obtener mayores ingresos monetarios y, por otra, beneficios intangibles que se reflejen en una mejor calidad de vida.

## **2. Justificación de la investigación**

La relevancia del problema que se aborda en este proyecto está definida por la existencia de regiones que dentro del contexto de la globalización, han experimentado cambios negativos en sus condiciones de vida, dadas situaciones como la pérdida de fuentes de trabajo, la pérdida de productividad de sus sectores de actividad o la incapacidad de sus recursos internos para insertarse a la competencia global. Estas regiones se localizan principalmente en países en desarrollo que han adoptado las estrategias globales sin considerar las carencias que de fondo se presentan en sus sectores de actividad y, en consecuencia, han visto decrecer el bienestar de sus habitantes.

En este contexto, ha tomado fuerza la participación de la sociedad civil como medio para expresar, gestionar y atender los problemas del territorio en que se organicen los individuos, e incluso más allá de su espacio geográfico de origen. Este nuevo actor, promueve

cambios estructurales y con la fuerza de la actividad colectiva, asegura en muchos casos, la solución o la mejora de la problemática que se proponga tratar.

Así, el problema que se aborda en esta investigación da una perspectiva de la importancia que tiene la participación de la sociedad civil como medio para generar mejoras en la calidad de vida de los pequeños productores de café en el Estado de Chiapas; tras analizar esta participación en el contexto de la producción orgánica del café y su comercialización dentro del mercado de comercio justo.

La riqueza de la investigación se encuentra en la parte que evidencia que la participación organizada de la sociedad, al igual que la información en esta era global, no tiene fronteras. Puesto que la coordinación de las actividades y la voluntad de llevarlas a cabo, hace posible el logro de resultados que de manera individual, difícilmente podrían alcanzarse; al menos en el contexto en que se inserta este trabajo.

La evidencia empírica que se presenta, permite constatar que la organización de la sociedad puede considerarse una alternativa viable para promover el desarrollo de un territorio, previa evaluación de las potencialidades y posibilidades del grupo para alcanzar el éxito, la definición de sus alcances y su iniciativa. En el caso de estudio de esta investigación, que la organización de productores podría ser un recurso efectivo para alcanzar beneficios económicos y sociales que reflejen el desarrollo local.

### **3. Preguntas de investigación**

La argumentación anterior permite plantear las siguientes preguntas de investigación:

a) ¿Cuál ha sido el papel de la organización de productores en el impulso del cultivo orgánico de café y en la comercialización mediante el comercio justo, y cómo esto ha impactado en la calidad de vida de los productores?

b) ¿Cuáles son los factores impulsados por la organización de productores que demuestran la mejora en la calidad de vida de los individuos y el desarrollo de su comunidad?

#### **4. Objetivos de la investigación**

a) Resaltar la importancia de la organización de productores para impulsar el cultivo orgánico de café, para insertarse en el mercado de comercio justo y para promover, a través de éstas últimas, mejoras en la calidad de vida de los productores y sus familias.

b) Identificar los factores que demuestren mejoras en la calidad de vida de los productores y permitan mostrar el impacto de la organización en el desarrollo de la comunidad para que sea ésta reconocida como un medio para promover el desarrollo local.

c) Conocer los avances y los límites de la organización de los productores para producir orgánicamente y vender bajo el esquema de comercio justo.

#### **5. Marco teórico y conceptual de referencia**

En esta investigación se aborda el tema de las asociaciones de productores de café enfatizando en las acciones que éstas promueven para mejorar la calidad de vida de sus miembros y sus familias, mediante el mejoramiento de su ingreso económico y de las condiciones laborales y sociales de ellos mismos y sus comunidades. Tales acciones enmarcadas en el contexto de la producción orgánica y el intercambio vía el comercio justo.

La literatura que se revisa, esboza que el surgimiento de estas asociaciones en el contexto de la globalización fue motivado por la búsqueda de solución a los problemas de productividad que enfrentaban y les impedían su inserción en el mercado competitivo. Encontrando en la producción orgánica de productos alimenticios un nicho de mercado posible para insertarse favorablemente en la nueva dinámica internacional. El cual, complementado

con la adopción de prácticas comerciales vía el comercio justo, propicia una mejora en las condiciones generales de vida de los productores y sus familias.

En ese sentido, se podría decir que, los efectos negativos de la globalización (desempleo y pobreza si se busca generalizarlos) sobre los productores de este sector, han sido subsanados en parte, mediante las acciones que de manera organizada han emprendido y que les han permitido también acceder a nuevos esquemas producción y comercialización de su producto, logrando con ello una mejora en el pago por el café así como otros beneficios intangibles que la producción orgánica y el comercio justo consideran en sus reglamentaciones, y que tienen que ver con la promoción del desarrollo local.

Así es que la organización de productores debe verse como una forma de manifestación de la sociedad civil, que concentra los intereses de los pequeños productores de café y que ha surgido como medio para subsanar los vacíos que el proceso de reestructuración global ha dejado en los sectores más vulnerables de los países en desarrollo. Por medio de ella se promueven acciones que significan beneficios materiales y no materiales para los individuos del colectivo, pero detrás, como lo apunta Melucci (1989) existe un interés individual que ha dado origen a la iniciativa de organizarse.

En lo que se refiere a los mercados alternativos, autores como Munrray D. (2003) y González A. (2002) discuten acerca del carácter de los beneficios de estos sistemas. Munrray afirma que los beneficios no precisamente son monetarios y tienen que ver con cuestiones mejora en la autoestima del productor por ejemplo, y González considera que el precio que se paga en el Comercio Justo, que es uno de los incentivos para que los productores busquen organizarse y con ello ingresar al sistema; no induce a un cambio sustancial en el nivel de vida, pero que el hecho de estar organizados, les facilita el acceso a otros programas fuera del sistema que les permiten obtener esta mejora.

Esto habla de las ventajas y desventajas que los productores, en el contexto global enfrentan, pero que al fin de cuentas son necesarias en la búsqueda de alternativas para insertarse a la dinámica global y propiciar el desarrollo de su territorio. Las alternativas organizativas, productivas y comerciales planteadas en este proyecto: la organización de productores, el cultivo orgánico y el comercio justo; aún con detalles negativos, significan una

buena forma para los productores, de mejorar su calidad de vida y promover el desarrollo de sus localidades.

## **6. Hipótesis**

### **6.1. General**

La organización de productores de café desempeña un papel central para la práctica del cultivo orgánico y para el acceso al mercado de comercio justo. La interrelación entre estas prácticas les permite a los productores elevar en cierta medida su calidad de vida y estimular el desarrollo local.

### **6.2. Secundaria**

La organización de productores propicia beneficios económicos y beneficios sociales que elevan la calidad de vida de los productores, como: mejores condiciones de comercialización, mejor pago monetario, fomento de la comunicación entre productores para llegar a acuerdos colectivos, así como mejores condiciones ambientales para el entorno; los cuales son una manifestación del desarrollo local.

## **7. Reseña metodológica**

La investigación es de carácter descriptivo-analítico con la finalidad de recuperar la complejidad del fenómeno estudiado, se emplean técnicas de investigación de corte cualitativo, ya que la temática de estudio se inserta dentro de las ciencias sociales. Se toman en consideración para el análisis, los factores estructurales: características de la región, del

cultivo, las condiciones sociales; los elementos organizativos: tradición histórica de la comunidad para responder a los cambios económicos-sociales; y la percepción individual de los productores respecto a su papel dentro del contexto global, su experiencia como miembro de una organización y en las prácticas productivas y comerciales que le competen.

Para la recabar los datos que dan cuerpo al análisis se ha recurrido a las siguientes técnicas:

- a. Observación directa.
- b. Aplicación de cuestionarios
- c. Diario de campo
- d. Entrevistas a informantes clave
- e. Revisión bibliográfica
- f. Análisis fotográfico
- g. Participación en talleres

## **8. Alcances y limitaciones de la investigación**

Los alcances de la investigación están delineados por los objetivos general y particular planteados en líneas anteriores. Se han comprobado las hipótesis y con ello parece posible afirmar que la participación de los individuos en grupos de la sociedad civil y la interacción de estos grupos más allá de las fronteras, podrían ser una alternativa eficaz para superar las limitaciones que en el plano particular se tienen y buscar, por medio de la acción colectiva, la mejor manera de satisfacer las necesidades comunes.

Esta investigación sustenta que la organización de productores ha sido, en el sector cafetalero, una alternativa viable para intentar superar algunos de los efectos del proceso global. Pues ha abierto las puertas de la comercialización a los pequeños productores, ha mostrado su influencia positiva y negativa en los aspectos económicos, sociales y culturales que afectan la vida del individuo y pueden llegar a ser una limitante de la calidad de vida y del alcance del desarrollo local.

Las principales limitaciones que se presentaron para realizar este trabajo fueron del tipo metodológico a partir del involucramiento con los sujetos de estudio. En primer lugar, el corto tiempo para realizar investigación de campo impidió el desarrollo de los guiones de entrevista con la profundidad requerida quedando varios vacíos de información que trataron de subsanarse, en alguna medida, por medio de la investigación documental.

La segunda limitante de considerable peso, fue el idioma; la comunicación entre el investigador y los sujetos de estudio no fue 100 por ciento fluida porque estuvo intervenida en la mayoría de los casos entrevistados y encuestados, por un traductor del tzeltal al castellano y viceversa. Lo cual dejó un tanto de insatisfacción con la veracidad de los datos y detalles, reflejándose tal faltante de información en la presentación de resultados, la profundidad y riqueza del análisis y el manejo de los testimonios a lo largo de los capítulos de resultados.

Este trabajo de investigación pretende demostrar que la participación de los pequeños productores en organizaciones, puede ser una alternativa eficiente para mejorar en parte su calidad de vida y promover el desarrollo local en sus comunidades; puesto que la estructura organizacional en la que están insertos, les ha permitido acceder a nuevos mercados que les ofrecen algunas ventajas productivas y comerciales que pueden ser traducidas (aunque aún es poco evidente) en ciertas mejoras económicas y sociales para ellos, su familia y su comunidad.

Hasta aquí se ha presentado el esbozo de las partes centrales del protocolo de investigación de este estudio. A continuación se presentan los resultados de la investigación realizada, ordenados en cinco capítulos:

- El capítulo 1 concentra el marco teórico dentro del que se inserta el problema de investigación,
- El capítulo 2 hace referencia al marco conceptual que caracteriza al problema de investigación

- En el capítulo 3 se presenta la metodología empleada para recabar, procesar y presentar la información necesaria para comprobar las hipótesis de trabajo y alcanzar los objetivos de la investigación
- En el capítulo 4 y 5 se presentan los resultados de la investigación realizada y finalmente,
- En el capítulo 6, se anotan las conclusiones de la investigación.



## **Capítulo I.**

### **El cultivo y la comercialización del café en tiempos de globalización: de pago económico a desarrollo local.**

El presente capítulo presenta el marco teórico dentro del que se sitúa al problema de investigación cuyos ejes de análisis son: la organización de productores, la producción orgánica, el comercio justo y el desarrollo local. Cada uno de estos ejes se aborda teniendo como marco el proceso de globalización y considerándolos como alternativas para hacer frente a los problemas de desarrollo que surgen en las pequeñas localidades de los países pobres como efecto del mencionado proceso.

El capítulo se subdivide en seis secciones y se destaca en cada una de ellas al más importante de los ejes de este trabajo: la organización de productores. Este eje, a lo largo del capítulo, busca enlazarse con los tres ejes arriba mencionados para contextualizar la problemática de estudio.

Para respaldar el análisis del eje “organización de productores”, se ha echado mano de la teoría concerniente a sociedad civil, acción colectiva y capital social. Con base en ellas se busca explicar la importancia de la organización de productores como promotor de acciones que promuevan el desarrollo de sus localidades.

Por otro lado, las secciones destinadas a contextualizar la producción orgánica y el mercado justo presentan rasgos generales de cada sistema de producción y comercialización, para finalmente presentar la explicación de cómo estos tres ejes (organización de productores, producción orgánica y mercado justo) se interrelacionan para la promoción del desarrollo local.

## **I.1.Globalización, sociedad civil, capital social y acción colectiva: como contexto para el análisis de la organización de productores.**

En el sentido general del término, la globalización es una fuerza promotora de cambios en el orden mundial que se expresa como un proceso o un conjunto de procesos transformadores de la organización espacial de las relaciones sociales. Esta transformación ocurre a partir de las transacciones que los actores realizan, en el sentido de que la nueva dinámica de acción promueve la formación de redes de actividad que no sólo se forman en el plano local, sino que rebasan fronteras y provocan flujos de intercambio transcontinentales o interregionales (Held, David et al, 1999).

El origen de estas transformaciones ha sido tema de discusión de autores como Kuri (2003), Frankel (2000) y Teeple (2000) quienes coinciden en que el origen y las transformaciones de este proceso, han sido causados por los cambios económicos ocurridos en el mundo a partir de la posguerra: la reducción de la intervención del Estado en la economía y el surgimiento del mercado como rector de las actividades económicas de los países, principalmente. Estos cambios, tal como lo afirman Keohane y Nye Jr. (2000), produjeron posteriores modificaciones en las esferas política, cultural y medioambiental de todos los países y fueron manifestación de la inserción de cada uno en la dinámica global<sup>7</sup>.

Además de los cambios ocurridos al interior de los países en la forma de organizar las relaciones sociales entre sus sectores de actividad, las relaciones entre países también se modificaron para alcanzar el objetivo de la globalización en relación a la abolición de las fronteras. Luego de darse dentro de un marco reglamentario extenso, en la nueva dinámica de apertura comercial, estas relaciones se fomentan con la abolición de lineamientos de intercambio que permiten el flujo creciente de bienes y servicios entre las naciones.

---

<sup>7</sup> Formación de bloques comerciales, cambios en los mecanismos de acumulación del capital, la división internacional del trabajo, la adopción de una cultura moderna transterritorial, la preocupación por el cuidado ambiental a causa de las constantes emisiones de carbono de la industria, el consumo de alimentos transgénicos, el surgimiento de la gobernanza como forma de organización política, entre otros.

Las adaptaciones que la globalización ha demandado en la organización interna de los países para alcanzar sus objetivos económicos, ha producido efectos en la distribución del ingreso, la calidad de vida, la seguridad, los derechos humanos y la práctica de la democracia (Frankel, 2000). Frecuentemente, los efectos sobre la distribución del ingreso y la calidad de vida son poco alentadores y evidencian las desarticulaciones que el proceso de globalización implica, sobre todo para los países en desarrollo. Otros como los derechos humanos y la práctica de la democracia parecen ser efectos que limpian la imagen del proceso, en el sentido de verse como un acierto del sistema actual, en la medida que toman importancia el derecho a la vida, la educación, la vivienda digna, el respeto a la libertad de expresión y a la participación democrática.

Autores como Williamson (2002) y Stiglitz J. (2002) tratan de explicar las causas de los efectos negativos de la globalización, en específico, de la disparidad en la distribución del ingreso; lo cual tiene repercusiones directas en la calidad de vida de las personas. Ambos coinciden en que el error ha sido la forma en que se han aplicado las políticas y las fallas en su diseño. Hablan de la implementación de reformas incompletas que dejaron a un lado los aspectos fiscal, educativo, laboral y de distribución del ingreso, impidiendo el logro de una estabilidad de precios a la vez que un crecimiento económico sólido con desarrollo social.

En la actualidad, las omisiones identificadas por éstos y muchos otros autores se hacen evidentes con más fuerza en los países en desarrollo; dentro de sus sectores productivos existen individuos que, entre otras cosas, experimentan exclusión laboral por falta de capacidades que respondan a las demandas de los empleadores, lo que en consecuencia acentúa la polarización del ingreso y empeora las condiciones sociales. Las condiciones en que los países en desarrollo adoptaron las medidas del consenso de Washington, no fueron las adecuadas para enrolarse a la dinámica global y mucho menos han sido las idóneas para promover su desarrollo integral, particularmente en su parte social.

Con el paso del tiempo y tomando como base la experiencia desalentadora de países de América Latina y África<sup>8</sup>, quienes siguieron al pie de la letra los preceptos del Consenso de

---

<sup>8</sup> Para conocer la situación de estos países, ver capítulo 2 “La promesa del desarrollo” en Stiglitz J. E., 2006.

Washington<sup>9</sup>, los objetivos económicos que persigue desde sus inicios el proceso de globalización, se acompañan en el presente de otros propósitos que involucran aspectos sociales, culturales, políticos y ambientales. Los organismos Internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Organización Mundial de la Salud (OMS), han incorporado a sus agendas respectivas la atención de las demandas sociales relacionadas con su ámbito de actuación, por ejemplo: la gobernabilidad democrática, el empoderamiento de la mujer, la seguridad alimentaria, la modernización de actividades agrícolas, forestales y pesqueras, el fortalecimiento de los sistemas de salud y el fomento de la seguridad sanitaria, por citar solo algunos.<sup>10</sup>

No puede decirse de ninguna manera que con estas nuevas medidas adoptadas por los organismos internacionales, los problemas que el proceso de globalización ha traído se hayan solucionado; sin embargo, si muestran que existen alternativas viables para contrarrestar sus efectos. La inclusión de muchas de ellas a los objetivos de los organismos internacionales lleva detrás una lucha social constante que, a través de la unión de fuerzas e interés comunes, ha logrado crear consenso de la importancia y necesidad de sus exigencias.

Bunge (2009) y Arroyo Picard (2005) consideran que la participación democrática de la sociedad en sus diferentes roles es una de las alternativas viables para contrarrestar los efectos negativos de la globalización. Para estos autores, la unión de fuerzas, recursos y capacidades productivas, así como el consenso, son un instrumento para hacer frente y negociar las medidas impuestas por las potencias económicas. Así como para continuar construyendo una democracia integral: ambiental, biológica, cultural y política que tenga por resultado la atención de las demandas reales de los individuos.

---

<sup>9</sup> Estos preceptos son: asegurar la disciplina fiscal, con un déficit operativo de no más del 2% del PIB, eliminar los subsidios, incrementar el ingreso fiscal ampliando la base gravable, liberalizar las tasas de interés, flexibilizar el tipo de cambio, liberalizar el comercio exterior y los flujos de inversión extranjera directa, privatizar empresas estatales, desregular para promover la competencia y garantizar los derechos de propiedad (Moreno Brid, Juan Carlos; Pérez Caldentey, Esteban; Ruiz Nápoles, Pablo, 2004).

<sup>10</sup> Ver <http://www.undp.org/spanish/> , <http://www.fao.org/about/es/> , <http://www.who.int/es/>

### **I.1.1. La sociedad civil**

Lejos de un discurso alentador Bunge (2009) y Arroyo Picard (2005), transmiten la importancia de la democracia participativa como una forma de integración de los individuos al contexto de una sociedad que se maneja a través de relaciones financieras, productivas y tecnológicas. La que ha dejado a un lado la opinión de los que enfrentan las consecuencias de las estrategias globales en la formulación de preceptos que articulen, cada vez mejor, el funcionamiento de la economía global; es así como ha surgido lo que se ha denominado la sociedad civil transnacional entendida como:

El nuevo componente de la globalización llamado también tercer sector cuya emergencia obedece a los procesos de integración que la sociedad experimenta y que, se manifiesta a través de redes de actividades organizadas por grupos de individuos o por movimientos sociales que trascienden los límites y la dinámica tradicional de la sociedad civil doméstica. La globalización económica y la interdependencia política deriva una comunidad mundial donde se traman aspectos culturales, sociales, políticos, económicos y financieros cuyo manejo se da a través de estrategias de manifestación y participación pública (Serbin, 1997, 2002).

La manifestación y participación pública de la sociedad civil global incluye demandas específicas y diferenciadas surgidas, de acuerdo a Serbin, por los vacíos que los Estados – Nación dejan en su economía doméstica. En este sentido, para que tales vacíos sean subsanados, los Estados – Nación adecuan su función mediante nuevas regulaciones, reorganización interna y nuevos regímenes que, en la mayoría de los casos, no son eficientes y suelen ser cuestionados por los actores y redes sociales de carácter transnacional que han adquirido un papel protagónico en la dinámica global por su potencial para promover la seguridad, la equidad y la democracia (Aart Scholte, 1999).

Estos beneficios que han dado a la sociedad civil un lugar protagónico en la globalización están dirigidos a la satisfacción de los intereses del grupo que representa, por lo que, en el contexto global, la sociedad civil se concibe como:

Un actor colectivo constituido por individuos con intereses afines e identidad común, que a través de la movilización masiva presionan para satisfacer sus demandas grupales; que sin embargo, tiene que ser distinguida de otros actores colectivos (partidos políticos, grupos de presión o asociaciones voluntarias), ya que su inquietud es la defensa o el cambio social, o la búsqueda de modificaciones de la posición social relativa del grupo que representa (Serbin, 1997:5)

Es así que el tercer sector de la economía es conocido como “sector solidario o sector no lucrativo” e incluye organizaciones que inciden en la calidad de vida, la construcción de la democracia, la cohesión del tejido societal, así como organizaciones que participan en la vida económica, que gestionan recursos, promueven proyectos e iniciativas que adquieren formas de autoempleo, microempresas y hasta de actividad informal pues atienden necesidades sociales reales que las empresas tradicionales o el sector público no cubren. (Moreno Mena, 2005: 37-48). Puede así considerarse que la función de la sociedad civil global se centra en la atención de los vacíos que el mercado y el Estado dejan en su actuación pues identifica, a través de la participación de los individuos que la integran, las necesidades más urgentes y organiza en el momento las actividades para atenderlas.

Dadas las capacidades de movilización, control y decisión de estos tres actores (sociedad civil, mercado y Estado); su relación, en estricto sentido, debiera ser de complementariedad. Sin embargo en ocasiones se presentan situaciones ambivalentes que tanto sirven para identificar necesidades de la población, para gestionar apoyos o para eliminar tensiones, como para motivar conflictos políticos o para atender intereses particulares (Schreiber, Waltraud; Gudynas, Eduardo, 2004) dejando fuera a las colectividades que se ven representadas por medio de este tercer sector.

En este caso, las diferencias existentes entre ellos son las que promueven los vínculos entre los individuos, pero con un objetivo distinto del que persigue el mercado, pues los vínculos entre miembros de la sociedad civil de un país y otro buscan la solución de problemas de índole social, ambiental o cultural, a fin de llenar los vacíos que la globalización económica deja.

La sociedad civil entonces, podría ser considerada como una categoría social que se crea a partir de la existencia de carencias en la vida del individuo. Carencias económicas, sociales, culturales, políticas, religiosas y hasta emocionales que el individuo experimenta y sirven de motivación para que éste busque alternativas para reducir las. Dentro de su entorno busca la colaboración de aquellos que comparten con él una situación determinada, para que entre todos, indaguen en las formas existentes para modificar su estatus.

Edward (2009), ofrece una descripción de los roles que la sociedad civil desempeña, clasificándolos en económicos, políticos y sociales. El rol económico, dice, orienta sus actividades a la atención de los vacíos que el estado y el mercado han dejado en la atención de las necesidades de la población, sobre todo en aquellas que aseguran el sustento y la provisión de servicios. Sus acciones las lleva a cabo enfatizando en la importancia de los valores sociales, las redes e instituciones, la confianza y la cooperación, en un intento por “humanizar al capitalismo” combinando la eficiencia del mercado con los valores de cooperación.

El rol político busca contrarrestar el poder de las corporaciones y el Estado, además de promover los aspectos de la buena gobernanza como la transparencia y la responsabilidad. Y finalmente, en el rol social, Edwards (2009) dice que a la sociedad civil hay que verla como una fuente de solidaridad, vida cultural e innovación intelectual; pues con sus acciones demuestra la habilidad de la ciudadanía unida, para alcanzar sus objetivos, mediante el impulso de normas sociales que proveen de estabilidad las relaciones que se dan entre los grupos que la integran y los beneficiarios de sus actos. Estas normas, han sido consideradas como “capital social”.

### **I.1.2 El capital social.**

El concepto de capital social ha sido tratado desde diferentes perspectivas y entre los autores más reconocidos figuran James Jacobs, Bourdieu, Coleman, North, Putman y Durston (Charry S., 2007 y Meado WCroft & Pennington, 2007; Durston, 2003). Los principales postulados de estos autores son los siguientes: Meado y Pennington (2007), consideran a James Jacobs como

el creador del concepto; para Jacobs el capital social era un recurso que podía ser útil para fines productivos.

En tanto que para Bordieu; el capital social es un agregado de recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo. Se compone de bienes simbólicos o materiales que pueden intercambiarse dentro de las redes sociales específicas junto con los capitales cultural, humano y material. Desde su perspectiva, el capital social se construye de acuerdo con la capacidad que tiene cada persona, grupo, o una red de relaciones de intercambio de capitales para construir, diseminar, desechar o adoptar valores y significados.

Por su parte Coleman, considera que es un recurso socioestructural que constituye un activo de capital para el individuo y facilita la actuación de éste dentro de la estructura; sólo puede estar presente en las relaciones entre personas y es social porque no puede ser poseído por un solo individuo, requiere la presencia de todos. El capital social es productivo, hace posible el logro de ciertos fines que en su ausencia serían imposibles de alcanzar.

North lo considera un conjunto de normas y valores que facilitan la confianza entre los actores: instituciones e individuo; Putman expresa que son los aspectos de las organizaciones sociales (redes, normas, confianza y reciprocidad) que facilitan la acción y la cooperación para el beneficio mutuo. Se entiende entonces como las normas y redes que existen al nivel de sociedad o comunidad, así como en las más particulares formas familiares, amistosas o laborales.

Finalmente, Durston considera que *“es el contenido de ciertas relaciones sociales que combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación, que proporcionan mayores beneficios a aquellos que lo poseen en comparación con lo que podría lograrse sin este activo”* (2003:147). La posesión del capital social la tiene tanto las comunidades pobres como los grupos privilegiados, así que además de ser inclusivo, puede ser utilizado para limitar o debilitar el capital social de otros grupos.

Estas ideas que respecto al concepto de capital social que han presentado, dan cuenta de dos perspectivas distintas para entender el concepto. Una de ellas es la que aborda su



creación: ¿cómo se forma, cómo surge el capital social?, y otra la que aborda su utilidad: ¿para que sirve, para qué se emplea el capital social?.

En este orden de ideas, es posible identificar en las conceptualizaciones de los autores que el capital social se deriva de las interrelaciones que se dan entre los individuos que pertenecen a un grupo; llámese familia, círculo amistoso, laboral, etc., Las relaciones están coordinadas mediante normas o valores que se convierten en la esencia de su colectividad. Así, puede entenderse que el capital social implica un vínculo en común que cohesiona la participación de los individuos en el grupo, en el caso de la familia, los lazos de consanguinidad, en el caso de los círculos amistosos la afinidad en el carácter de quienes lo integran y en los círculos laborales, las actividades compartidas.

Por otra parte, la perspectiva que aborda la utilidad del capital social, lo presenta como una herramienta que permite a los individuos que forman un grupo, actuar dentro de un contexto que se concibe complejo para la actuación individual. Los resultados de la actuación repercuten en todos los miembros y éstos dependerán de la capacidad de los individuos para adaptar sus acciones a lo que el entorno demanda.

En el momento actual el capital social constituye una herramienta efectiva para que los individuos que carecen de elementos para insertarse en la dinámica global, lo hagan aprovechándose de los vínculos que se crean con la interacción de los individuos en el grupo y entre grupos; en otras palabras, lo que Putman destaca es la presencia de dos tipos de capital social (Bonding y Bridging) cuya mezcla resulta beneficiosa para los resultados que se obtengan de las acciones de los individuos. Así, puede considerarse que el capital social es también una herramienta para promover el desarrollo, en la medida que posibilita al individuo establecer relaciones que trascienden sus límites individuales y lo acercan a nuevas formas de cooperación que dan mayor soporte a sus actividades, sean éstas económicas, sociales, culturales, ambientales o de cualquier otro tipo.

En vista de que el capital social se forma dentro de cualquier círculo de actividad: económica, social, cultural o ambiental; éste tiene posibilidades de servir como impulso para el desarrollo pues el desarrollo se concibe como una mejora en la situación real de los individuos, la cual implica un cambio en la situación que éstos vivan en cualquiera de los

ámbitos en que incursionen. Así, el sentido de pertenencia e inclusión, que de acuerdo a Bebbington (2005) el grupo puede dar a la persona, y el poder que proviene del hecho de estar organizados, le facilita a los individuos el acceso a otros recursos que puedan influir en mejorar su situación.

Para saber cómo el capital social facilita el acceso a recursos que permitan mejorar la situación de vida de los individuos, es necesario conocer las diversas formas en que éste puede actuar; Woolcock y Narayan<sup>11</sup> (2000) distinguen tres tipos de capital social:

- a) Capital social de unión. Es el que considera los lazos más estrechos que vinculan las acciones de los individuos; regularmente son los lazos familiares, los de amistad cercana y en cierta medida los de comunidad. Este tipo de capital presenta dos restricciones; una en términos sociales pues los nexos se establecen entre pocas personas y la otra en términos geográficos porque tales nexos se establecen por la cercanía. Sin embargo también es el que mayor sentido de pertenencia ofrece a los individuos y el que resulta ser más eficiente en el acceso a los recursos, siempre y cuando los momentos de emergencia no afecten a los demás miembros de la red local.
- b) Capital social de puente. Son vínculos menos intensos que se dan entre grupos que se encuentran en diferentes ubicaciones geográficas. Estos nexos son menos intensos y son los que usualmente se dan en grupos como federaciones de juntas vecinales, de comunidades de campesinos, de madres solteras y otros. Es menos confiable en términos de los compromisos de la relación establecida, pero es eficiente para presionar los cambios en las políticas, o reglas que determinen la distribución de los recursos.
- c) Capital social de escalera. Son los nexos que se crean entre personas con diferente identidad y grados de poder sociopolítico. Existe a partir de relaciones consolidadas que se den entre personas/comunidades y agencias públicas, las cuales

---

<sup>11</sup> Woolcock, M. y D. Narayan (2000), "Social capital: implications for development theory, research and policy", World Bank Research Observer, Vol. 15, No. 2. Citado por Bebbington (2005).

facilitan el acceso a otras esferas y recursos ajenos a la comunidad; es decir, el acceso a recursos públicos, nacionales o internacionales.

La existencia de estos tres tipos de capital, de acuerdo a Bebbington (2005), debe verse como complementaria una con otra, pues nunca será suficiente sólo un tipo para avanzar en la superación de la pobreza, ya que del uso, combinación y transformación de varios tipos de activos, a los que cada tipo de capital social da acceso; pueden crearse nuevas situaciones que le impliquen al individuo una mejora en su calidad de vida.

Con lo expuesto hasta este momento, es posible entender el capital social como un atributo que se crea por las interrelaciones que se dan entre individuos que pertenecen a una agrupación, el cual está sustentado en las características intrínsecas del grupo, las cuales son inherentes a los individuos que lo integran y son las que han dado lugar a su congregación. Las características del grupo pueden ser siguiendo a Charry (2007): normas, valores, relaciones, tradiciones, saberes, usos, costumbres, instituciones y organizaciones; y deben verse como un elemento de cohesión que fortalezca las acciones de los grupos en pro de mantener o transformar las condiciones de vida de la colectividad.

En esta concepción de capital social como producto de las interrelaciones entre individuos de una agrupación, se aprecia la existencia de la acción colectiva dentro de sus funciones ya que, para que estas interrelaciones se lleven a cabo intra o inter grupos, es necesaria la presencia y actuación de más de un individuo.

La capacidad de acción colectiva, puesta en acción a través de normas, redes y asociaciones que se combinan dentro de un entorno cultural para dar lugar a la introducción de tecnologías, mejoras productivas, construcción de bienes colectivos y proyectos productivos; es lo esencial en el capital social (Flores & Rello, 2002).

### **I.1.3 Acción colectiva**

Si se toma en cuenta la existencia de dos posiciones en la interpretación de la acción colectiva: la individualista representada por autores como Antoni Oberschall, John Mc Carthy, Mayer Zald; y la colectivista representada por autores como Alain Touraine, Claus Offe, Francesco Alberoni, y Alberto Melucci<sup>12</sup>; para los fines de esta investigación, se tomarán los elementos que la interpretación colectivista – las ideas de Alberto Melucci, en específico- considera para explicar el origen y funciones de la acción colectiva en la modernidad.

De esta manera se inicia diciendo que Melucci, en su libro “Nomads of the present” (1989), explica que la acción colectiva se produce como una reacción a la crisis o al desorden del sistema social provocado por sus contradicciones estructurales; así como por motivaciones propias de los individuos en su afán por alcanzar una meta. Comenta que para que surja la acción colectiva, es preciso contar con objetivos y características comunes que permitan a los actores trascender los resultados de sus acciones.

En un afán por situar el surgimiento de la acción colectiva como reacción a la crisis del sistema social, Melucci considera que la fase del capitalismo industrial es la que mejor expresa la acción emprendida por las clases trabajadoras para satisfacer sus demandas laborales, defender sus derechos políticos y construir un nuevo sistema industrial basado en las relaciones de clase; lo cual relaciona la acción grupal con los movimientos sociales que no han sido exclusivos de ésta etapa, y que han traspasado el ámbito industrial como muestra de las deficiencias que el sistema capitalista, y en el caso actual, que el proceso de globalización presenta.

Estas manifestaciones iniciales de la acción colectiva, han ido modificándose a la par de las transformaciones del sistema social y la aparición de nuevas contradicciones, dando lugar también a nuevas formas de acción colectiva con nuevos comportamientos que se

---

<sup>12</sup> Esta clasificación está dada por Jiménez Solares (2007) y es antecedida por una explicación del contexto en que se presentan las transformaciones de las propuestas de interpretación de la acción colectiva. La cual puede consultarse en la obra citada, en la página 50 y 51.

vinculan con procesos de democratización, crisis o fortalecimiento estatal, procesos de ajuste y reestructuración económica, de descomposición y segmentación social; así como con la producción de nuevos valores e identidades culturales (Jimenez Solares, 2007).

En este sentido, la acción colectiva tal como lo apunta Melucci, es una reacción a las contradicciones estructurales que el sistema social va presentando a lo largo del tiempo a la vez que una alternativa para la construcción de los proyectos económicos, políticos, sociales, culturales que hagan frente a los cambios de la vida moderna; ya que ésta se origina en la cotidianidad de la vida social, en las redes y cadenas asociativas comunitarias y organizativas; que dan mayor certeza del conocimiento de los problemas que se presentan en determinado sitio y permiten ser objetivos en el diseño de las estrategias a seguir para insertarse en la dinámica global (Jimenez Solares, 2007).

Ahora bien, una vez enunciada la importancia de la acción colectiva dentro de un sistema social sujeto a constantes cambios debido a sus vacíos estructurales; es importante señalar que dentro de este entorno cambiante, la acción colectiva surge de la existencia de metas y objetivos que son comunes a un grupo de personas.

De acuerdo a Melucci, una iniciativa individual y la capacidad de este mismo individuo de percibir y evaluar sus posibilidades de alcanzar el éxito en su empresa, motiva a la búsqueda de otras personas que persigan la misma meta y que carezcan de los mismos u otros elementos necesarios para alcanzarla; de tal manera que se unan para fortalecer la acción a través del intercambio y complementariedad de las potencialidades, las que significarán, a la vez, una reducción de sus propias limitaciones y el inicio de la acción colectiva.

Así, este mismo autor manifiesta que las acciones de los individuos, al realizarse colectivamente; deben al menos considerar tres elementos: las metas de su actuación, el significado que ésta tiene y el entorno dentro del que sus acciones tendrán lugar. Por lo que, aunque la acción colectiva sea construída por los individuos, nunca es la simple expresión de la intención de éstos, ya que se toman en cuenta los recursos disponibles, sus posibilidades y obstáculos. Esta situación continuamente genera tensiones en la acción en sí misma; puesto que los fines, los medios y el ambiente no siempre se corresponden entre sí y es cuando toman

lugar las negociaciones y aparecen en escena los líderes, de cuya capacidad de negociación dependerán los alcances de la acción.

Melucci considera que la acción colectiva se presenta en un entorno plural, en la medida que es creada por la intervención de varios individuos que, aunque expresan patrones de conducta comunes dentro de mismo marco espacial y temporal, igualmente expresan una conducta que tiende a satisfacer necesidades individuales y provoca tensiones en la colectividad. Esta pluralidad implica entonces la existencia tanto de solidaridad como de conflicto entre los participantes de la acción, y en un sentido más reaccionario, la capacidad de los grupos de romper el orden en el que se desenvuelven, en el momento de vislumbrar la necesidad de un cambio.

Con este último párrafo es posible considerar que la acción colectiva se convierte en un arma imprescindible para el logro de aquellos fines, que como individuo, no es posible alcanzar. Las ventajas de actuar en conjunto vienen dadas por la convivencia y la cohesión que los grupos alcanzan en el tiempo, y los vínculos que se crean con ésta, son los que dan pie a la existencia del capital social.

Entre capital social y acción colectiva, existe una concordancia que es motivo de la existencia de ambas categorías en un sistema social dentro del cual, la sociedad civil es uno de los medios para poder manifestar la importancia y fuerza de aquéllos (capital social y acción colectiva) para promover los ajustes y cambios que se requieren en la época actual.

Centrando esta idea en los objetivos de la presente investigación, debe considerarse a la organización de productores como un agente capaz de dirigir los arreglos propios para que sus miembros se inserten en la modernidad, así como de buscar las mejores alternativas para su permanencia dentro de ella; puesto que su conformación está vinculada fuertemente con elementos de capital social y acción colectiva.

## **I.2. Un segmento de la sociedad civil frente la globalización: la organización de productores agrícolas**

Los cambios que la globalización ha demandado en los sectores productivos de toda sociedad, implican modificaciones en sus procesos de producción, comercialización y de organización; los cuales ocurren de manera diferenciada al interior de cada uno a partir de la coyuntura que sus agentes desarrollen a lo largo del tiempo.

El sector agrícola es uno de estos sectores cuyo funcionamiento en la era global ha sufrido constantes y severas transformaciones, esto último sobre todo en países en desarrollo que se han ajustado a las exigencias del entorno sin tener una base fuerte que soporte la transición hacia nuevas formas productivas, la apertura comercial y la competencia.

La participación de los países en el mercado global, de acuerdo a García (2000), implica junto con la liberalización de los mercados, la modernización del aparato productivo nacional, la flexibilización los mercados laborales y la reducción el papel del Estado en la economía; esto es, dejar en manos del mercado la generación de la competencia, el impulso y fomento del crecimiento económico.

Para tal efecto, el mercado regula la competitividad manipulando factores como el costo de la materia prima, la disponibilidad de la infraestructura productiva, el aumento de las economías de escala, la definición de nuevos patrones tecnológicos, la diferenciación de productos, las alianzas estratégicas y los canales de comercialización. La eficiencia en el manejo de tales factores dependerá, en su momento, de la habilidad del capital humano involucrado en las actividades de los sectores productivos. Así, en el caso del sector agrícola, serán los productores los responsables de mejorar la competitividad. La competitividad se referiría a la habilidad que adquieran los campesinos para obtener mayores ganancias en el proceso de comercialización de sus productos (García, 2000:5).

En este contexto, el sector agrario de los países en desarrollo enfrenta una tarea difícil pues la mayor parte de los productores poseen sólo pequeñas extensiones de tierra que no les permiten hacerse de los recursos iniciales para emprender proyectos competitivos que les den

cabida en la dinámica comercial, los recursos son limitados y no únicamente los monetarios, sino también aquellos intangibles como el acceso a capacitación, a los sistemas de salud y de asistencia social que les permitan tener un desarrollo integral que los motive a mejorar sus procesos de producción porque los vean como un medio para acceder a un mejor nivel de vida.

Estas carencias en el sector, de acuerdo a autores como García (2000), Portilla (2003), Bijman & Ton (2008) se han vuelto menores en la medida en que los pequeños y medianos productores deciden organizarse y actuar colectivamente para hacer frente a los retos de la globalización, estando organizados es posible combinar mejor los factores productivos, ser racionales en el uso de los insumos y hábiles para aumentar la productividad y la calidad del producto; de manera tal que pueden mejorar su posicionamiento en la cadena de valor de su producto. El estar organizados también les permite planear, gestionar y alcanzar su objetivo siguiendo los principios de cooperación y responsabilidad compartida. Así, se define a la organización de productores como un mecanismo de acción que permite aunar esfuerzos en función de gestionar intereses colectivos, que individualmente serían difíciles de alcanzar (Lobo, 1993).

Las organizaciones de productores, según Bijman & Ton (2008), pueden tener muchas formas diferentes de acuerdo a su condición jurídica, su función, ámbito geográfico y magnitud y, se caracterizan por dos principios: utilidad e identidad. El principio de utilidad es el que da los beneficios a los miembros y ellos se comprometen, a su vez, a alcanzar los objetivos comunes. El principio de identidad es el mecanismo de cohesión social que sustenta las interacciones entre los miembros; hace referencia a la historia y espacio geográfico que comparten así como a las normas acordadas para el funcionamiento de la organización, en su interior y en las relaciones externas con el resto del mundo; las cuales siempre tienen una visión común del futuro.

Las organizaciones de productores de café, son un caso típico de alianza motivada por estos dos principios. La utilidad de organizarse está dada por los beneficios económicos que proporciona el mercado de su producto y la cohesión que se necesita para sustentar las relaciones entre los miembros la proporciona, entre otras cosas, el hecho de ser parte de una



misma cultura, de compartir la identidad de ser tzeltal, en el caso de la organización que se estudia.

Aguado (1991) define la identidad como un proceso de identificaciones que confieren sentido a un grupo social y le dan estructura significativa para ser asumidas como una unidad. Visto de este modo, la identidad sirve como factor de arrastre para incorporarse a la asociación y mantenerse en ella respetando los preceptos que le han dado origen y que la mantendrán activa.

Puesto que la organización de productores que se estudia en esta investigación está conformada por individuos pertenecientes a los grupos étnicos chol y tzeltal, puede hablarse de una identidad étnica que los cohesionan y motiva su actuación como parte del grupo. De acuerdo a Barth (1976) la identidad étnica implica una afirmación del *nosotros* frente a los *otros*, es decir, que “cuando un grupo o una persona se definen como tales, lo hacen como medio de diferenciación en relación con algún grupo o persona a la cual se enfrentan. Es una identidad que surge por oposición, que no se puede afirmar en aislamiento” (Cardoso de Oliveira, 1992:23).

Esta concepción de identidad étnica puede interpretarse, en el contexto de esta investigación, como el factor de cohesión que mantiene a los miembros de la organización dentro de la lucha por alcanzar mejores niveles de vida, tomando en cuenta que su identidad “no puede afirmarse en el aislamiento”, los productores se insertarían a nuevas dinámicas de producción con la convicción de lograr su objetivo dado que este logro les permitiría reafirmarse como miembros de un grupo.

Ahora bien, el informe de Desarrollo Mundial 2008<sup>13</sup> sirve de base a Bijman & Ton (2008), para mencionar la existencia de tres categorías de organizaciones de acuerdo a su función, estas son: servicios económicos prestados por organizaciones especializadas en

---

<sup>13</sup> [http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2008/Resources/2795087-1192111580172/FINAL\\_WDR-OV-Spanish-text\\_9.26.07.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2008/Resources/2795087-1192111580172/FINAL_WDR-OV-Spanish-text_9.26.07.pdf) consultado en Mayo de 2010.

determinados productos, representación de los intereses generales por grupos de promoción y servicios económicos y sociales ofrecidos por organizaciones de propósitos múltiples.

Los miembros de algún tipo de estas organizaciones tienen voz y voto, pueden pedir rendición de cuentas, participar en la formulación de políticas agrícolas y vigilar los presupuestos, gestionar entre los responsables políticos locales, regionales o nacionales las demandas de su grupo, gozar de facilidades para la adquisición de insumos agrícolas, procesamiento y comercialización de sus productos.

En el contexto global que promueve la competencia de productos con base en la calidad y la productividad de los procesos; los productores tienen mayores posibilidades de acceder a los mercados y mantenerse en ellos sumando esfuerzos y trabajando en conjunto para el logro de un objetivo común que sea, en principio; la retribución económica al trabajo que hay detrás del cultivo de su producto, pero que sin embargo, no es el único satisfactor que le permita mejorar su calidad de vida ni influir en el desarrollo de sus localidades.

Una organización de productores, en este sentido, se convierte en un actor con capacidad para gestionar procesos vinculados a intereses colectivos y a promover acciones que le permitan realizar su actividad con eficiencia, apropiarse de la totalidad de su proceso productivo y penetrar en nuevos mercados, lo que disminuye parte de sus desventajas estructurales en este momento de globalización. Estas acciones como lo apuntan Flores & Rello (2002: 35-37), se refieren a la aplicación de nuevas tecnologías, la gestión de microfinanciamiento a través de alianzas o relaciones institucionales, el uso sustentable de recursos naturales, la práctica democrática interna así como la ejecución de obras de beneficio colectivo.

La existencia de cierta capacidad asociativa y organizativa entre los habitantes pobres de las zonas rurales, junto con las relaciones internas y externas de estos mismos, son elementos positivos para superar la pobreza rural. (David, Ortiz, 2003:453). En la medida que la organización sea eficiente en la gestión de los medios necesarios para mejorar todos los ciclos del producto, y el diseño institucional adecuado para dar soporte a la interacción gobierno y sociedad, podrían ser posible la dotación de satisfactores a las familias que

circunscriben su actividad productiva a algún tipo de recurso natural, o cultivo tradicional, como sería el caso de la producción de café.

### **I.3 Mercados alternativos: orgánico y de comercio justo**

#### **I.3.1 La agricultura orgánica**

The International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM) define la agricultura orgánica como un sistema de producción que fomenta la salud de los suelos, los ecosistemas y la gente. Consiste en un proceso ecológico, biodiverso y adaptable a las condiciones locales, que sustituye el uso de insumos que provocan efectos adversos.

La agricultura orgánica, según este mismo organismo, combina tradición, innovación y ciencia para beneficiar el ambiente y promover relaciones justas así como una mejor calidad de vida para los involucrados. Se basa en cuatro principios que expresan la contribución que ésta hace al mundo y una visión para mejorar la agricultura dentro del contexto global, y éstos deben aplicarse en conjunto y concebirse como lineamientos para la acción:

- a) El principio de la salud. “La agricultura orgánica debe sostener y mejorar la salud del suelo, las plantas, animales, los individuos y el planeta en conjunto y sin divisibilidades”. El principio enfatiza la interrelación que la salud de los individuos y las comunidades tienen con la salud de los ecosistemas- suelos sanos producen granos sanos y protegen la salud de los animales y las personas.
- b) El principio ecológico. “La agricultura orgánica se basa en la sobrevivencia ecológica del ecosistema y sus ciclos, trabaja con ellos, los estimula y contribuye a su sostenibilidad”. Este principio relaciona la agricultura orgánica con la existencia de un sistema ecológico basado en un proceso de reciclaje para mejorar el ecosistema. El manejo orgánico debe adaptar las condiciones locales, ecológicas y culturales a sus propios procesos.

c) El principio social.”La agricultura orgánica debe construirse sobre relaciones que promuevan la equidad en relación al entorno común y las oportunidades de vida”. La equidad se caracteriza por la equidad, el respeto, la justicia y el cuidado del mundo entre las personas y en sus relaciones con otros medios de vida. Este principio enfatiza que la agricultura orgánica debe proveer a todos los que participan en ella, de una buena calidad de vida, y contribuir a la soberanía alimentaria y la reducción de la pobreza. Los recursos naturales y ambientales que son utilizados en la producción y el consumo y deben ser manejados de una manera social y ecológicamente justa. La equidad requiere de un sistema de producción, distribución e intercambio que sea abierto y equitativo y que tome en cuenta el entorno real y los costos sociales.

d) El principio precautorio. “La agricultura orgánica debe manejarse de una manera precautoria y responsable para proteger la salud y preservar el ambiente actual y asegurar el bienestar de las futuras generaciones”. En este sentido, la agricultura orgánica es un sistema dinámico de vida que responde a las demandas y condiciones internas y externas. Quien se involucra con ésta puede mejorar la eficiencia y la productividad sin poner el riesgo la salud ni el ecosistema.

Tal como lo expresa IFOAM, la clave en el manejo, desarrollo y elección de la tecnología en la agricultura orgánica, son la precaución y la responsabilidad, así como la experiencia en el manejo de los procesos que ésta implica. El conocimiento indígena ofrece valiosas soluciones comprobadas con el tiempo. En la elección, debe involucrarse al conjunto de individuos que participan en los procesos, pues las decisiones deben reflejar los valores y necesidades de todos, los cuales deben expresarse a través de procesos participativos y transparentes.

Estos principios que rigen los procesos orgánicos, en vista de que comprometen el entorno en que se desarrollan las actividades humanas, y éste es visto en términos de equidad y sostenibilidad; los individuos que participan en tales procesos tienen la consigna de

involucrarse en las actividades no sólo técnicas, sino también organizativas, pues es un compromiso de conjunto el cumplimiento de los principios que rigen la actividad orgánica.

Este compromiso, además de ser cuestión de ética, se vuelve un requerimiento para preservar el lugar que los individuos involucrados tienen dentro de un mercado regulado, como el de los productos orgánicos que se reconocen como de excelente calidad porque conservan sus características organolépticas naturales, ecológicamente tienen un valor alto, son sanos y confiables para el consumo humano.

Este panorama amable que se describe en los preceptos de la agricultura orgánica, considerando las investigaciones de (Gonzalez & Nigh, 2005) se transforma en el momento en que se ponen en práctica por los productores, dicen, se pierde en sentido original del movimiento social que significa la producción orgánica. Y esto puede explicarse porque la propia dinámica del mercado orgánico en el sentido de proveer a los miembros de beneficios económicos por los sobrepuestos que se manejan por la venta del producto; hace que los productores aspiren cada vez más a ingresos superiores, lo cual podría traducirse en comportamientos que impidan la entrada a nuevos participantes.

### **I.3.2 Actores en la producción orgánica**

Los actores involucrados en el mercado de productos orgánicos, se identifican dentro de tres diferentes sectores (ASOCAM, 2002):

El sector de los pequeños productores es el primero de los actores y el que asume el rol de la toma de decisiones en cuanto a la apropiación de los procesos de conversión productiva (de métodos convencionales a métodos orgánicos) y de introducción del sistema de producción orgánico a su entorno. Esto es así porque para introducir este sistema, es necesario conocer las características del territorio para asegurar el cumplimiento del principio precautorio que refleja la sostenibilidad de las iniciativas. Es necesario también para alcanzar el éxito de las iniciativas, la participación de productores con visión empresarial.

El sector privado como segundo actor se encarga del fomento de la cadena de producción – comercialización de los productos orgánicos; esto es brindar apoyo y asesoramiento al proceso, articulando la oferta y la demanda de servicios que respondan con claridad al medio en el que se implementan: asistencia técnica en la producción, certificación y comercialización, transformación, créditos, certificación. Su papel es el de oferente de servicios.

El sector público como actor en el sistema de producción orgánica lo integran las organizaciones estatales y del gobierno que promueven las políticas de incentivo para el acceso a mercados y a la integración de la oferta orgánica del país en negociaciones nacionales e internacionales. Funge como un respaldo para los productores y como proveedor del marco legal necesario para acceder a las certificaciones, de igual manera como promotor de actividades de investigación y campañas de concientización sobre productos orgánicos para los consumidores.

Aunque la articulación de las funciones de estos tres actores es clave para el éxito de las actividades del sistema, a juicio particular, es la organización de los productores el actor principal dentro del sistema de producción orgánico, puesto que es quien toma la iniciativa de tomar esta práctica de cultivo como parte de sus estrategias y a partir de ello, busca articularse con los otros dos actores. En ocasiones, como es el caso de algunas organizaciones de pequeños productores de café en Chiapas: Tiemelonla Nick Klum, S.S.S., Kulaktik, S.S.S., Juan Sabines S.S.S. y otras; varios de sus miembros se unen para formar una nueva organización que realice las acciones que se consideran correspondientes al sector privado.

### **I.3.3 El proceso de producir café orgánico**

En la agricultura orgánica, el manejo de la fertilidad del suelo tiene gran importancia para la productividad y los mecanismos para fomentarla son a su vez clave para un equilibrio de la flora y la fauna. La faena para ponerla en práctica es una especie de vinculación entre demandas comerciales y ecológicas que dan a la actividad orgánica un valor que se refleja en la calidad y el precio de sus productos.

La tarea del cultivo orgánico de café implica labores que inician con el beneficio del grano y terminan con el transporte hasta los centros de acopio del mismo. Lucas, (1999), menciona que la producción orgánica se sustenta en los postulados: humanamente, ecológicamente, económicamente, socialmente; los cuales relacionan la actividad del hombre en sociedad con otros de su misma especie y en equilibrio con su entorno natural, de donde éste obtiene los productos que le proveen de recursos monetarios para satisfacer sus necesidades más próximas en su núcleo familiar y su comunidad.

Vargas Vencis (2007) recrea un panorama del trabajo de los productores de café en Chiapas y en su relato hace mención de la participación de la familia en las labores que el cultivo amerita. Comenta que los costos de producción en este sistema son más elevados que en el sistema convencional puesto que las labores del cultivo orgánico son más intensivas ne mano de obra, en este sentido, comenta que el número de miembros de la familia involucrados en tales tareas es un factor fundamental para determinar los costos del productor; entre menos personas tenga que contratar para limpiar las parcelas o recoger el fruto, son menores sus costos y mayores sus ganancias.

El proceso de producción orgánica de café, da inicio con la selección de semillas o plantas que hayan sido anteriormente sembradas con el método orgánico. Es necesario preparar la tierra y rodear la parcela de árboles que den sombra para la planta del café se proteja del sol. La altitud para sembrarla oscila entre los 700 o 1600 metros sobre el nivel mar, aunque pueden existir plantíos localizados a mayores niveles de altitud. Este dato, es un elemento importante para determinar la calidad del café; se dice que entre más alto se siembre, el sabor del grano es mejor.

Como parte de la preparación de la tierra, es necesario elaborar la composta, la cual es mezcla de residuos orgánicos, entre los que se encuentra la cascarilla el café. Existen métodos que emplean lombrices para lograr una mejor calidad en el abono. Una vez lista la composta, el grano es sembrado, luego de tres meses puede estar listo para trasplantarse y hasta dos años después dará frutos (Entrevista con Julio López, Febrero de 2010).

El corte de los frutos (cerezas), se realiza entre los meses de octubre a marzo y es hecho a mano - en esta parte del proceso es en el que la mano de obra familiar resulta

indispensable para que los productores puedan ahorrar un poco en los costos de producción por concepto de pago de jornales-. Una vez que las cerezas han sido cortadas, se depositan en un lugar seco y ventilado para después despulparlas.

El despulpado, la fermentación, el lavado y el secado del grano son los pasos que siguen en el proceso y, en todos ellos, se encuentran involucrados las condiciones climáticas como las condiciones sociales y técnicas. De las condiciones ambientales depende el secado de los granos, y las condiciones sociales (organización de las actividades entre los miembros de la familia o empleados) y técnicas (estado en que se encuentren los insumos como la despulpadora, el patio de secado, etcétera) depende la celeridad y la calidad con que se presente el grano para el intercambio.

Realizada la labor artesanal con el grano de café, éste es colocado en sacos para ser transportados al centro de acopio, algunos productores cuentan con una pequeña bodega en sus hogares, pero para vender el fruto de su trabajo, es necesario trasladar los sacos a la bodega de la organización para iniciar el proceso de comercialización del grano (Vargas Vencis, 2007; trabajo de campo Alicia Camas, 2010).

Los canales de comercialización del grano, dependen de la situación en que el productor se encuentre; puede ser parte de una organización certificada por el mercado de comercio justo o ser un productor libre que entregue su cosecha a un coyote y, en ocasiones ser parte de una organización a la que vende una parte pactada de su producción y otra entregarla al coyote, esto de acuerdo a los intereses del propio productor.

*“A veces sale lo mismo vender al coyotero que a la organización, los precios no son tan diferentes y el coyote pues, te da el dinero más rápido” (Productor 2, entrevista, 2010).*

### **I.3.4 La certificación**

Entre los actores que participan en la producción orgánica, se identifican las empresas que certifican la autenticidad de los productos. Puesto que el mercado de café orgánico demanda



una calidad específica para los bienes comercializa, se vuelve necesaria la inspección de los procesos que están involucrados en esta actividad, misma que es avalada por un certificado que estas empresas emiten a la empresa cuyos procesos han sido auditados.

En el caso del cultivo de café orgánico, existen en México varias empresas certificadoras de este producto, entre ellas se pueden mencionar Naturland, la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos (Certimex) e IMO. Éstas, mediante procedimientos previamente definidos realizan inspecciones a las parcelas para determinar si los procedimientos de cultivo cumplen con las normas de la agricultura orgánica.

Naturland, es una asociación para la agricultura orgánica que fue fundada en 1982 basada en principios de democracia y reconocida como una organización con utilidad pública. El sistema de certificación de Naturland cumple con estándares internacionales y está acreditado por IFOAM.<sup>14</sup>

Certimex es una sociedad civil que se ha constituido para contribuir al desarrollo de la producción mediante la inspección y certificación de los procesos agrícolas, pecuarios, agroindustriales y forestales; de tal forma se verifique que los productos sean aptos para la competencia internacional. Ofrece servicios de inspección y certificación así como de capacitación a técnicos, promotores o profesionistas, entre otros servicios relacionados con el aseguramiento de la calidad de los productos orgánicos<sup>15</sup>

IMO control Latinoamérica Ltda. Es una certificadora de procesos ecológicos que tiene por objetivo garantizar la calidad de los productos comercializados en mercados ecológicos, cuenta con acreditación internacional para inspecciones y certificaciones a organizaciones de pequeños productores, fincas, procesadoras, comercializadoras<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Para detalles de esta certificadora consultar <http://www.naturland.de>

<sup>15</sup> <http://www.certimexsc.com>

<sup>16</sup> <http://www.imo.ch>

Muchas de estas empresas certificadoras establecen convenios entre sí, para promover sus servicios y asegurar a sus clientes una doble certificación, que le signifique mayor confianza de sus compradores para la adquisición de sus productos. Los servicios que prestan estas certificadoras, tienen elevados costos que difícilmente podrían ser cubiertos por pequeños productores actuando de manera individual. Por lo que esta es una de las razones por las que el estar organizados es uno de los requisitos para insertarse en este mercado.

### **I.3.5 La producción orgánica del café y sus efectos más allá de lo productivo**

La actividad cafetalera, luego de la liberalización comercial, ha modificado sus prácticas convencionales de cultivo y comercialización del grano de café, hacia las llamadas propuestas alternativas. El café orgánico, el amistoso con las aves migratorias, el responsable, el *common code*, el de comercio justo son algunas de estas alternativas de producción y comercialización que han dado nueva forma a las actividades de un sector tan importante para los países productores (Ákaki, 2009).

En México, los criterios de producción más comunes para el café, en su nueva acepción de producción, corresponden al denominado cultivo orgánico, el cual se rige por los principios mencionados en un apartado anterior y que son definidos por IFOAM, y los criterios de comercialización más recurrentes corresponden al mercado denominado de comercio justo, el cual tiene como objetivo garantizar las relaciones comerciales de largo plazo y una mayor equidad para todos los participantes del mercado, pues mejoran su acceso a la dinámica comercial y fortalecen su organización colectiva (Giovannuccy y Koekoek, 2003).

Estos nuevos mercado han permitido a los productores del sector insertarse en una nueva dinámica que si bien, no está alejada de la apertura comercial, sí es una forma más favorable de insertarse en el mercado asegurando la compra de su producto y un precio por encima del pagado en el mercado convencional.

Tanto la dinámica productiva del cultivo orgánico como la comercial del Mercado Justo, se manejan a partir de la promoción de la acción organizada de los productores. Los incentivos para adoptarlas han sido, de acuerdo a los estudios existentes, los beneficios productivos y comerciales que el grano les provee dentro de ambos sistemas. Pero también, es claro que además de los beneficios monetarios que resultan, existiría una mejora de la situación de vida de los propios productores en cuanto a que el cultivo orgánico los protege de los efectos de los fertilizantes, les permite consumir frutos de la región y alimentarse con productos libres de químicos, en la medida que éstos constituyan su dieta básica. Además de que dentro del mercado de comercio justo, les es posible tener acceso a capacitación en cuestiones productivas, alfabetización, entre otros beneficios.

De acuerdo con Kortbech-Olesen (2000:8), el sistema de producción orgánico promueve el uso de insumos naturales como la composta y los abonos verdes, el control biológico, los repelentes naturales, la asociación y rotación de cultivos. La organización de sus actividades se hace por medio de organizaciones de pequeños productores, los cuales deben experimentar mejoras en sus condiciones de vida de acuerdo a la filosofía particular del sistema que tiene por objetivo promover la sostenibilidad integral (económica, social y ecológica) en el sector.

La adopción de los sistemas de cultivo orgánico en México, como en otros países, ha sido una de las alternativa para combatir los efectos de las constantes y agudas crisis en el mercado de sus productos agrícolas, y es común identificarlas en el cultivo de productos de alta sensibilidad a los efectos de la entrada de nuevos participantes en el mercado, o el incremento de los volúmenes de la producción que se comercializan en el mercado internacional, como es el caso del café.

El surgimiento de este sistema en torno al cultivo del café en el país, estuvo relacionado con un conjunto de transformaciones institucionales que modificaron la práctica de cultivo de la cafecultura mexicana. El desamparo de los productores ante la desaparición de instituciones como el INMECAFE<sup>17</sup> los obligó a buscar nuevas formas de comercialización

---

<sup>17</sup> El INMECAFE surge en los años 50 y desaparece en 1989 dentro de proceso de supresión de empresas públicas en México. Era un organismo que tenía a su cargo la actividad cafetalera en México, desde su

de su producto. El cultivo orgánico fue una de las soluciones dado que además de significarles a los productores, mayores ingresos por la venta de la calidad del grano cosechado, podría aprovecharse la base organizativa sobre la que descansaban las relaciones internas del sector cafetalero mexicano, la organización de productores (Renard, 2009).

Dentro del esquema productivo del café orgánico, las organizaciones desarrollaron una capacidad importante para dirigir y decidir sobre todos los pasos de la cadena de valor del café, de tal manera que pudieron concentrar las ganancias económicas que la apropiación de todo el proceso generaba. El café orgánico entonces, fue solamente uno de los componentes que fortalecieron la capacidad de los pequeños productores organizados en el manejo de su propia producción y el proceso de mercadeo de cara a enfrentar los retos de las políticas comerciales recién promulgadas (Barton et al, 2001:434)

Como parte de las fortalezas de los productores en la práctica de la producción orgánica, Gómez & Gómez (s/f) mencionan la consolidación de cuadros técnicos que les permiten realizar la mayor parte de los procesos de cultivo y les aseguran la calidad del producto a través de un sistema interno de control y concientización de los socios.

Es de esperar que si la calidad del producto es lo que permite venderlo a un mejor precio y dentro de un mercado menos saturado por la competencia, ésta se haya convertido en un objetivo primordial para los productores; más que la dinámica de producción orgánica les permitió reincorporarse a los mercados y mantenerse dentro, una vez que el proceso de apertura comercial y las nuevas estrategias de comercio habían desmantelado el sector y las instituciones que les brindaban apoyo durante todo el proceso que implica el cultivo del café.

---

producción hasta su comercialización. Tenía, entre otros objetivos, la eliminación de intermediarios en el proceso de comercialización del grano, durante su intervención la cafecultura creció en participantes por sus políticas de apoyo a la producción a través del precio de garantía y la facilidad en el acceso a financiamiento para la producción. Para una información más detallada de la evolución de esta institución, puede consultarse: Salazar, A. et al (1992) “La producción cafetalera en México, 1977-1988” México: UNAM-Instituto de Investigaciones Antropológicas. La página [http://www.fonaes.gob.mx/pdf/guia\\_empresarial/beneficios\\_del\\_cafe.pdf](http://www.fonaes.gob.mx/pdf/guia_empresarial/beneficios_del_cafe.pdf) o el artículo en línea de Francisco Aguirre Saharrea “Características políticas de la Cafecultura Mexicana (1999) <http://vinculando.org/mercado/cafecaracpolmx.html>.

En plena crisis del agro mexicano, el acceso a nuevos mercados, la obtención de precios premium y en general de mejores ingresos motiva cada día más la incursión de los productores mexicanos a la agricultura orgánica (Gómez & Gómez, sin fecha: 16).

Esto quiere decir que el sistema orgánico ha sido una forma de dar solución parcial a los problemas económicos de los productores, pero también los han insertado en esquemas que buscan un desarrollo regional más integral. Puesto que la inserción a este mercado no sólo implica beneficios económicos por el sobreprecio que se les paga a los productores, sino también involucra mejoras en la salud del suelo, los productores y los consumidores.

Laura Waridel (2004) en su libro “Un café por la causa” en el que aborda el tema del comercio justo visto desde la experiencia de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI); enuncia diversas ventajas que en términos sociales y ambientales la agricultura orgánica le da significado los productores y sus comunidades, entre ellas:

- Reforzamiento de las relaciones interpersonales
- Alimentación más sana
- Protección a la biodiversidad

De igual manera, Damiani y Silveri (2003) como parte de los resultados de la investigación realizada entre productores orgánicos de América Latina y el Caribe<sup>18</sup>, mencionan que la adopción de la agricultura orgánica por los pequeños productores trajo efectos positivos sobre la salud de ellos y sus familias, así como para el medio ambiente que los rodea, en tanto es posible con esta forma de cultivar, la conservación de los suelos y la diversificación productiva.

De esta forma, es posible identificar que la producción orgánica del café, ha rebasado los objetivos productivos, detrás de ella existen una serie de beneficios adicionales que en conjunto crean un contexto de bienestar integral que toca a los consumidores, productores y

---

<sup>18</sup> El estudio considera las ventajas de la producción orgánica, no sólo del café, sino de otros productos como la caña de azúcar, el plátano, los vegetales; en países como Argentina, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala y México con énfasis en los Estados de Chiapas y Yucatán.

sus familias en la medida que sus ventajas son monetarias, ambientales y alimenticias, conformando así un panorama favorable para hablar de que la producción orgánica es una alternativa productiva que promueve el desarrollo de las comunidades en que se practica.

## **I.4 El mercado de Comercio Justo: identidad, actores y acciones**

### **I.4.1 La identidad del Comercio justo**

El intercambio de mercancías ha sido una constante en la historia de la humanidad, desde el trueque hasta las relaciones que se establecen entre bloques comerciales y se formalizan a través de la firma de tratados comerciales; los mecanismos de intercambio con los que se han transformados con el tiempo y con ellos la función de los participantes del mercado. Hoy en día el intercambio puede darse desde dos perspectivas:

La del mercado injusto y la del mercado justo. El primero es el que implica relaciones que se basan en la búsqueda de ganancias sin tomar en cuenta las consecuencias laborales, ambientales y sociales que sus acciones provoquen y el mercado justo es la antítesis del primero, no por estar en oposición a la búsqueda de ganancias, sino porque sus acciones están fundadas en la toma de conciencia de los efectos que el canje de mercancías tiene sobre los participantes. En este sentido, el mercado de comercio justo se convierte en una alternativa para contrarrestar los efectos que el mercado “injusto”, que debe mejor llamarse “convencional”, tenga sobre los trabajadores, los consumidores y el entorno natural que enmarca las actividades productivas.

Así, el comercio justo como movimiento nacido en Europa en los años ochenta, se define como un conjunto de prácticas socioeconómicas que establecen relaciones entre productores y consumidores, basadas en la equidad, la asociación, la confianza y el interés compartido, obedecen a criterios precisos y persiguen objetivos en distintos planes: obtener condiciones más justas para los grupos de productores marginados y hacer evolucionar las

prácticas y reglas del comercio internacional con el apoyo de una parte de los consumidores (Johnson, 2001).

Los grupos de productores marginados que el comercio justo considera son principalmente los trabajadores del campo en países en desarrollo y los consumidores con poder de elección son originarios de los países desarrollados; en términos oficiales del FAIR TRADE deben ser llamados productores del sur y consumidores del norte, entre los que se cultivan las relaciones de solidaridad en pro de un desarrollo y un comercio sustentables.

Los objetivos del comercio justo se ejercen en un marco de colaboraciones auténticas, basadas en la transparencia, el acceso a la información, los intercambios y alianzas regionales entre el Norte y el Sur, así como en innovaciones en el ámbito de la certificación y la distribución. Todo con el fin de motivar las sinergias con otras prácticas de la economía solidaria, el fortalecimiento de las capacidades de información y comunicación de los productores, la definición de un estatuto jurídico para el comercio justo (Johnson, 2001).

Así, el comercio justo rebasa el ámbito comercial y el económico, toca aspectos de desarrollo humano, marcos legislativos y productivos que permiten ver que las relaciones que se establecen entre sus participantes están pensadas para el largo plazo y en sentido de humanización del proceso comercial; no sólo por el lado del intercambio y la equidad en los ingresos por este concepto, sino por el lado del consumo, en el entendido que los productos que se comercien dentro de su marco, tengan características que coadyuven a los consumidores a cuidar su salud y a brindarle satisfacciones internas, es por ello que el movimiento de comercio justo es inseparable de una toma de conciencia por parte del consumidor acerca de los costos sociales y medioambientales de la producción.

#### **I.4.2 Actores del comercio justo<sup>19</sup>**

El mercado de comercio justo articula sus funciones a través de un basto marco de actores e instancias que dan vida a sus estrategias, pueden contarse entre ellos desde los productores

---

<sup>19</sup> Este apartado ha sido integrado tomando como base a Johnson, 2001

hasta las agencias de certificación del mercado. Estos actores tienen diversas obligaciones que tienen que ver con la sensibilización de los consumidores para adquirir los productos del mercado, respetar los criterios de precio, transparencia del comercio justo, asegurar entre ellos un intercambio completo de información referente a los objetivos del mercado, entre otras. Se clasifican en seis tipos (Johnson, 2001):

- Los grupos de productores que participan en el comercio justo, y que para el caso Mexicano en el sector cafetalero, están integrados en su mayoría por indígenas.
- Los consumidores organizados o no, de productos del mercado.
- Los ciudadanos que defienden relaciones más justas frente a sus gobiernos
- Las empresas que están dispuestas a trabajar en la perspectiva del comercio justo y la responsabilidad social del sector privado: ONG's cuyos programas promueven el consumo responsable entre el norte y el sur, o que implementan proyectos de cooperación al desarrollo como complemento a las relaciones que se crean dentro del comercio justo
- Todas las organizaciones que contribuyen con un aporte económico, técnico u otro, a la estructuración y promoción del comercio justo
- Los gobiernos nacionales, administraciones locales o regionales en su función de regular el mercado con de acuerdo a criterios medioambientales y sociales y proponer un marco jurídico para el comercio justo.

Como colaboradores dentro de este mercado se contemplan: organizaciones de productores en su forma de sindicatos, cooperativas; a las agencias de certificación del comercio justo, a las cooperativas o asociaciones de consumidores, a las centrales de compras/importadores de productos de este mercado, a las tiendas de calle del comercio justo y los distribuidores y puntos de venta de los productos.

La estructura organizacional de este mercado está integrada por cuatro agrupaciones internacionales:



- IFAT (International Federation for Alternative Trade) es una Federación internacional para el comercio alternativo, creada en 1989 para agrupar a organizaciones de productores de los países en desarrollo y organizaciones de apoyo al mercado en los países del norte.
- EFTA (European Fair Trade Association) es una Federación europea de comercio justo, formada en 1992 para agrupar centrales de compras importadoras de comercio justo provenientes de distintos países europeos y facilitar el intercambio de información y comunicación en red entre sus miembros.
- NEWS! (Network of European World Shops) es una red de tiendas europea nacida en 1994 que se ha constituido en una congregación de asociaciones nacionales de tiendas del mundo.
- FLO. (Fair Trade Labelling Organisation International) se fundó en 1997 y es la organización de certificación del comercio justo. Es una red constituida por iniciativas nacionales provenientes de países norteamericano, europeos y de Japón. Coordina el trabajo de organizaciones de certificación y vigila la armonización y monitoreo de los criterios.
- FINE. Es la mesa redonda donde se coordinan las cuatro organizaciones primero mencionadas.

### **1.4.3. Certificación Fair Trade**

La certificación Fair Trade es otro de los requisitos para estar dentro del sistema de comercio justo, la empresa FLO-CERT es la que otorga el certificado a las organizaciones que lo han solicitado, una vez que han realizado visitas de inspección para corroborar, en la actuación de la organización, el cumplimiento de requisitos como la práctica de la democracia, el cuidado del ambiente, el uso de la prima social en obras de beneficio comunitario, el trato digno a los

miembros, la prohibición del trabajo infantil y la mejora continua después de cada inspección anual (FAO – FLO, 2010).<sup>20</sup>

El proceso de certificación inicia a petición de los productores organizados y el certificado se renueva anualmente siempre y cuando no se haya incurrido en alguna omisión de las exigencias que se plantean en este mercado alternativo. La posesión de un certificado le permite a las organizaciones recibir un precio de venta mayor y más estable para sus productos. El costo de la certificación es pagado, mediante una licencia, por los comerciantes que utilizan la marca en sus empaques (FAO, 2010)

#### **I.4.4 El comercio justo: intercambio con sentido humano**

El comercio justo, al igual que muchos otros movimientos, campañas e iniciativas recientes, forma parte de lo que autores como Raynolds et al (2007) han dado en llamar la “nueva globalización”, en virtud de que es un movimiento que busca reorganizar los patrones del comercio internacional y aquellos procesos de expansión corporativa que han dejado a un lado la importancia de las condiciones sociales y ecológicas del entorno.

Las estrategias que el comercio justo ha implementado para esta reorganización tienen relación con patrones comerciales que relacionan a consumidores y productores, pero dentro de un contexto menos agresivo que aquél que se gestó con los cambios que trajeron consigo las políticas de industrialización y apertura comercial en el siglo XX. Estas nuevas estrategias buscan concientizar a los consumidores de la importancia que tiene el generar mejores condiciones de vida a quienes los proveen de los bienes, a través del pago de un precio más elevado por éstos.

---

<sup>20</sup> <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s04.htm>

La diferencia entre las estrategias de los movimientos de la “nueva globalización” y las implementadas en etapas anteriores del proceso global, radica en la manera de concebir los bienes que se intercambian dentro del nuevo mercado. Anteriormente con la producción en serie, los productos intercambiados tenían precios bajos debido a que el aumento de la productividad de los factores mediante los adelantos tecnológicos y en los medios de transporte, reducían los costos de producción.

Esto creó en los consumidores la idea de que los bienes producidos a gran escala y distribuidos en corto tiempo, aún a expensas de perjuicios en la situación laboral de los empleados o de los efectos nocivos en el medio ambiente -por citar sólo algunas consecuencias de aquellas prácticas- eran el mejor resultado de la industrialización y la liberalización comercial.

Con el tiempo se han visto a la par de las variadas ventajas que la industrialización y la tecnología han implicado, desventajas importantes en el contexto actual con respecto no sólo a la situación laboral de los trabajadores, o al posicionamiento de los países dentro del mercado de competencia; sino también en términos ambientales, de salud y bienestar en general de la población mundial.

Lo que ha dado pie a que movimientos como el comercio justo, busquen mitigar estas inconveniencias mediante el establecimiento de metas que más allá de perseguir un incremento de los niveles de producción, como fue el caso de los modelos de industrialización en el siglo XX, haya una mejora en la calidad de los bienes ofrecidos como de las condiciones laborales y del entorno en que se llevan a cabo las actividades productivas.

Puesto que la problemática fue mayor en aquellos sectores y países que no tenían una base productiva lo suficientemente desarrollada para adoptar las estrategias demandadas por la industrialización y la apertura comercial, cada uno en su momento histórico; el movimiento de comercio justo se gesta al interior del sector agrícola manejando aquellos cultivos de mayor volatilidad en sus precios y relacionando una base productora agrícola en los países en desarrollo con los consumidores en países desarrollados.

Es así que el comercio justo inicia sus acciones dentro del sector cafetalero, extendiéndose posteriormente al mercado de cultivos como el plátano, el te, el cacao, el azúcar, la miel, el arroz, el vino, la nuez, entre otros tantos. Actuando a partir de la organización de los individuos en grupos promotores de las actividades para el consumo en países desarrollados y en grupos o asociaciones de productores en los países en desarrollo (Raynolds et al, 2007).

Fair Trade es una asociación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el sur. Las organizaciones fair trade, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas por el cambio en las normas y las prácticas del comercio internacional convencional. El objetivo estratégico del fairtrade es:

Trabajar expresamente con productores y trabajadores marginados con el fin de ayudarles a pasar de una posición de vulnerabilidad a una posición segura y de auto-suficiencia económica, dotar de poder a los productores y a los trabajadores convirtiéndose en propietarios en el seno de sus organizaciones, desempeñar activamente un papel más amplio en el ámbito mundial para lograr mayor equidad en el comercio internacional(FLO-FINE, 2010)<sup>21</sup>.

El comercio justo se constituye como un mercado alternativo para el intercambio de productos cuyo valor está dado por las acciones que para su obtención se han llevado a cabo. Las cuales van más allá del aumento de la productividad a través de la incorporación de nuevos mecanismos de cultivo, en este caso, sino que encierran aspectos relacionados directamente con el productor, su familia, su comunidad; en términos generales, con su desarrollo pleno como ser humano dentro de su entorno.

---

<sup>21</sup> [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net). FINE es un grupo de trabajo integrado por cuatro importantes redes del comercio justo: FLO, WFO, NEWS,EFTA. Tiene como finalidad el desarrollo armónico de los lineamientos de fair trade, el incremento de la calidad y eficiencia de los sistemas de monitoreo de fair trade. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

## I.5 Producción orgánica, comercio justo y organización de productores

Los efectos negativos del proceso de globalización sobre sectores agrícolas de países en desarrollo, y en específico sobre los pequeños productores del sector cafetalero en México; han sido en parte subsanados con la inserción a esquemas de producción orgánica y la comercialización del producto a través del comercio justo. Autores Munrray D. (2003) y González A. (2002) discuten acerca del carácter de los beneficios de este sistema y en tal intercambio de opiniones, Munrray afirma que los beneficios no precisamente son monetarios y tienen que ver con cuestiones de mejora en la autoestima del productor, por citar un ejemplo.

González, por su parte considera que el precio justo no induce a un cambio sustancial en el nivel de vida, pero sí al acceso a programas fuera del sistema que les permiten obtener esta mejora. Lo cual habla de la diversidad de ventajas y desventajas que los productores, en el contexto global enfrentan, pero que al fin de cuentas son necesarias en la búsqueda de alternativas para insertarse a la dinámica global; las alternativas organizativas, productivas y comerciales planteadas en este proyecto, aún con detalles negativos, significan una buena forma, para los productores, de adentrarse a la economía de mercado.

De igual forma, García et al (2006), Murray et al (2003) y González (2002); han escrito acerca de las ventajas que ha significado para los productores la práctica de cultivo orgánico y la comercialización bajo esquemas de comercio justo, evidenciando en unos casos un impacto económico positivo pero no social en el sentido de mejorar de manera directa la calidad de vida de los productores y, en otro el caso contrario (ventajas sociales y ambientales pero no económicas)<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Otros estudios como los de **González, A. et al** (2003). *El comercio de valores éticos: las reglas del juego del café solidario*. Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe 75, Octubre 31 – 45. **González, A. y Nigh, R.** (2005). *Smallholder participation and certification of organic farm products in Mexico*. Journal of Rural Studies 21/ 449-460. **Milford, A.** (2004) *Coffee, co-operatives and competition: the impact of fair trade* Michelsen Institute/Development Studies and Human Right. **Ronchi, L.** (2002). *The impact of fair trade on producers and their organizations: a case study with coocafé in Costa Rica*. University of Sussex, Prus working paper no. 11. **Renard, M. Christine** (1999). *Los intersticios de la globalización, un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. México: Embajada real de los países bajos, Universidad Autónoma Chapingo

En este sentido, vale la pena decir que las diferencias en el impacto que estas alternativas de producción y comercialización producen para los productores organizados tienen su origen en las características particulares de los productores que integran la organización y en buena parte de los dirigentes o asesores de las mismas: cosmovisión, nivel educativo, visión a largo plazo y en otro marco; pueden hasta ser originados por las características físicas del territorio como el clima y sus efectos sobre el proceso de cultivo del café.

En ambas posiciones se resalta la importancia de estar organizados para el logro de beneficios comunes tanto en la mejora de la calidad de vida como en la superación de las limitantes al rendimiento productivo. Además de evidenciar la inminente complementariedad de los procesos económicos y sociales para alcanzar el desarrollo de los sectores productivos<sup>23</sup>. La presente investigación intenta enfatizar el vínculo que debe existir entre la esfera económica y la social, enfatizando en este vínculo la intervención las organizaciones para promover acciones que mejoren la calidad de vida de los productores y sus familias.

Así, se tendrá a bien considerar que la organización de productores es un medio para impulsar el desarrollo del individuo, su familia y su comunidad, puesto que por medio de ella se tiene acceso a esquemas comerciales y productivos que promueven principios de respeto por la integridad del ser humano.

Las acciones que la organización emprende para ello, casi siempre se orientan a la mejora de la productividad de las parcelas, pero aunque esto pueda verse únicamente como un beneficio económico, para efectos de esta investigación deberá entenderse que el logro de un beneficio económico, es un primer paso para asegurar una salida de las condiciones de

---

y otras. **Vargas, P.** (2007). *Mujeres cafetaleras y producción de café orgánico en Chiapas*. El cotidiano, Marzo – Abril, año/vol. 22 núm 142 UAM-Azc, México 74-83; plantean otras caras de esta problemática.

<sup>23</sup>Esta interrelación tiene un alcance territorial por lo que debe verse al desarrollo de los sectores como determinante del desarrollo local a su vez que del desarrollo regional; vistos con un sentido humano es decir, el progreso o mejora del territorio debe percibirse en la medida que el individuo como actor dentro de él, alcanza mejores niveles de bienestar (Boissier, 1999).

pobreza en que viven los productores de café, logrando con esto el respeto por la integridad del individuo en tanto cuenta con las condiciones óptimas de salud, vivienda y alimentación.

### **I.6. Elementos para un desarrollo integral: la organización de productores, la producción orgánica y el comercio justo como medios para impulsarlo.**

El desarrollo regional, de acuerdo con Sergio Boisier (1999), es un proceso de cambio estructural asociado a un permanente progreso del territorio, la comunidad y el individuo, el cual está determinado por la transformación sistemática del territorio regional en un sujeto colectivo que a través del fortalecimiento de la sociedad civil permitirá al individuo, como actor del territorio, alcanzar su plena realización como persona humana.

El sentido que Boissier da al concepto de desarrollo regional, pone de manifiesto la importancia que el individuo tiene dentro del territorio, es el actor principal; y tiene en sus manos la definición de las acciones que permitan el desarrollo de la porción del espacio en la que habita, con base en el conocimiento que de este espacio él tenga y de sus habilidades para transmitirlo y enfocarlo a la atención de las necesidades que le permitan su realización como ser humano. Definiendo las estrategias a seguir para este fin, de acuerdo a las exigencias de la cotidianidad y las características de su territorio.

Vista así, la acción del individuo en el territorio se describe con el neologismo “Glocal”, en el entendido de que sus acciones debe ser pensadas de manera local, pero con miras a actuar de manera global<sup>24</sup>; siendo así, el actuar global apuesta a un nuevo estilo que promueve la participación de la sociedad civil como medio para alcanzar objetivos comunes que generen desarrollo en el territorio (Boisier, 2002:8).

---

<sup>24</sup> Acuñado por Robertson y citado en textos de Sergio Boisier como el de Conversaciones sociales y desarrollo regional. Potenciación del capital sinérgico y creación de sinergia cognitiva en una región. 25 de abril de 2002 (página 8) en el cual se menciona además otra forma de entenderlo para el caso de las empresas: pensar global y actuar local.

En esta misma perspectiva, Mazzotti (2008:29) considera que la participación ciudadana organizada es un medio para reivindicar el nivel local como el espacio propio dentro del cual deben surgir las principales demandas de las personas; la cual, viéndola como sociedad civil en términos teóricos y como organización de productores en términos empíricos; es de acuerdo a esta autora “un agente del cambio que posibilitará el acceso al desarrollo y a mejores niveles de vida”.

Gallicchio (2004:5) por su parte, menciona tres premisas a considerar para entender la lógica del desarrollo local, estas son:

- a) El desarrollo es un proceso multidimensional y por tanto integrador
- b) El desarrollo local se logra en la medida que los individuos son capaces de articular las cuestiones locales con las globales
- c) El desarrollo local es un proceso que requiere la participación de los individuos en redes de cooperación y negociación.

Derivado de estas tres posturas: Boissier, Mazzotti y Gallicchio; es posible discernir que el desarrollo local es una fase que el territorio puede alcanzar si se fomenta la cooperación y la negociación entre individuos organizados localmente e individuos, también organizados, pero geográficamente distantes. Con la finalidad de complementar sus acciones y generar un cambio estructural e integral en la condiciones del territorio. Puesto que el individuo es parte fundamental del territorio, este cambio debe reflejarse en mejoras de sus condiciones de vida, tanto de manera particular como dentro de su familia y su comunidad.

Arocena (2001:5) considera que una de las condicionantes principales del éxito de los procesos de desarrollo local, es la capacidad de constitución de los actores locales dentro del entorno en que se desenvuelven; y que la clave del éxito reside en la interacción permanente entre actor y sistema. En este sentido, si la globalización implica la interdependencia de los agentes que intervienen en ella, más allá de las fronteras; la articulación de relaciones entre grupos locales y grupos externos al territorio es una condición para impulsar el desarrollo local.



Estas relaciones que se generen entre grupos de la sociedad civil locales y globales, para impulsar el desarrollo local, da lugar a nuevas formas de organización social que se tornan complejas, dinámicas y multidimensionales, en tanto que involucran aspectos psico-socio-culturales, políticos, ambientales, hasta económico – productivos (Cárdenas 2002:54); sin embargo, dada la fuerza que los individuos organizados poseen, esta diversidad de elementos que se involucran en la interacción de los grupos, no constituye un obstáculo para su actuación, más aún que los individuos al actuar unidos han construido el capital social de la localidad (Gallicchio; 2004).

De esta manera, el capital social y la acción colectiva que se manifiestan respectivamente en la formación y la actuación de los grupos de la sociedad civil; se convierten en elementos imprescindibles para promover el desarrollo local, ya que, entre otras cosas, la existencia de organizaciones sociales consolidadas y legítimas que garanticen la organización y participación ciudadana por canales formales e informales, sirven de ancla para mejorar la capacidad de gestión local y el liderazgo político necesario para el desarrollo (Cárdenas, 2002:67).

La reflexión hecha en líneas anteriores respecto a que el cambio que promueva la sociedad civil, tendría que reflejarse en la mejora de las condiciones de vida del individuo para que sea posible alcanzar un nivel de desarrollo integral. Puede complementarse con la visión de Sen (2000) que considera al desarrollo como una manifestación de ciertas “libertades” individuales que el individuo manifieste en su interacción con el medio en que se desenvuelva:

- a) Libertad política, es la que refiere a las capacidades de los individuos para influir en el manejo de su sociedad, lo que está directamente relacionado con los derechos de expresión, reunión, voto o crítica.
- b) Los servicios económicos, es otra de las libertades que tiene que ver con el derecho de la persona de disfrutar sus recursos económicos y prosperar.
- c) Las oportunidades sociales, o servicios que ofrece una sociedad para la mejora personal de los individuos que la conforman, como la educación. Estas libertades son de importancia para Sen

puesto que considera que con la ausencia de alguna de ellas, el individuo no puede acceder al goce de otras libertades como los servicios económicos y los derechos políticos.

- d) Las garantías de transparencia, que influyen en el grado de confianza que muestran los individuos en su convivencia con la sociedad y entre ellos mismos: la divulgación de la información y la corrupción económica de las empresas e instituciones.
- e) La seguridad protectora, que ayuda a los desfavorecidos por cualquier causa a sobrevivir y a prosperar en la sociedad. Considerando que los componentes de esta libertad deben ser proporcionados por el conjunto de la sociedad, de forma fija (subsidios) o excepcional, en el caso de catástrofes.

Debido a que Sen (2000), además de suponer estas libertades como manifestación del desarrollo, manifiesta la importancia de que el individuo las exprese como una forma de asegurar que hará una distribución eficiente de los recursos para terminar con la pobreza. Estos recursos son específicamente los ingresos, los cuales, de acuerdo a Sen (1998) contribuyen en la mejora de la calidad de vida. De esta manera, para los fines de esta investigación, desarrollo deberá entenderse como una mejora en la calidad de vida.

*El ingreso puede contribuir a mejorar la calidad de vida y las libertades de las personas, pero la “conversión” del ingreso en condiciones de vida, constituye un problema muy importante. Lo cierto es que hay distintos tipos de situaciones imprevistas que llevan a variaciones de la conversión del ingreso en nivel de vida: diferencias personales y limitaciones de capacidad, medio ambiente y pobreza, condiciones sociales y capacidad personal, diferencias entre las perspectivas relacionales (Sen 2008:33-37).*

## **I.7. Recapitulación**

La participación de la sociedad civil cobra importancia en el contexto global, ésta se constituye en una alternativa de expresión y lucha para alcanzar objetivos de grupos focalizados en todos los sectores de actividad de la sociedad; los cuales forman parte de un objetivo más ambicioso que tendría que ser el desarrollo integral del territorio. Por lo tanto, esta participación incide en el logro de objetivos tanto económicos, políticos, sociales como culturales, que junto con la tendencia de la globalización de traspasar fronteras, no tiene un límite espacial.

La participación de los grupos que integran la sociedad civil ha sido frecuente en la época actual. Organizaciones religiosas, profesionales, campesinas, entre otras; participan hoy como agentes promotores de las actividades en los sectores más vulnerables de los países en desarrollo. Con la inexistencia de fronteras para actuar, la sociedad civil ha tejido redes de colaboración entre países desarrollados y países en desarrollo.

Este trabajo analiza el papel de la sociedad civil, en su forma de organización de productores, cobijada por el sector agrícola; donde los vínculos creados son de consumidor a proveedor y la práctica de nuevas formas de producción y comercialización, como alternativas para que los trabajadores del campo, facilitan su inserción a la dinámica comercial de este tiempo. El cultivo y comercialización del café es una de estas actividades que involucra la participación de la sociedad civil y nuevas formas de producción y de intercambio como alternativas de los pequeños productores, sus familias y comunidades para alcanzar un desarrollo integral manifiesto en una mejor calidad de vida.

Así que los ejes de análisis de este trabajo, se presentan interrelacionados a partir de considerar al desarrollo local como un proceso articulado de actividades de cooperación y negociación que mediante la participación de los individuos en grupos - para el caso de este trabajo, es la participación en la organización de productores- localizados dentro de un mismo territorio como fuera de él; es posible promover cambios que afecten el orden social y

transformen las relaciones de producción que sólo tienen por objeto la competencia y exclusión del menos apto; en relaciones productivas basadas en la confianza y la reciprocidad.

Por lo que el análisis se contextualiza ideando una estrategia de desarrollo local que no se limita a la pura ejecución de acciones en el ámbito interno, sino que también, promueva la ejecución de acciones en otras partes del mundo para fomentar las relaciones con otros miembros de la sociedad civil, quienes tendrán diferencias en características físicas e intelectuales y podrán complementar las acciones de la sociedad civil doméstica, con una nueva visión del desarrollo que sea acorde a los objetivos de transnacionalización de las estrategias globales.

Este contexto teórico se complementa con el contexto geográfico, cultural, económico y social en que se desenvuelve el objeto de estudio; el próximo capítulo contiene esta información que enuncia las especificidades de la actuación de las organizaciones de productores en un territorio dado así como la forma en que se han desarrollado las relaciones entre ellas y el entorno, para encarar los cambios que la dinámica social, económica o política les ha demandado.

## Capítulo II

### **La organización de los productores como medio para impulsar el desarrollo local en un contexto de producción orgánica y comercio justo. La experiencia de Tiemelonla Nich K'lum, S. de S.S.**

Este capítulo describe el contexto en que se plantea el problema de investigación, tiene como objetivo destacar las características físicas, sociales, culturales y económicas del espacio en que se desarrolla la acción que es objeto de estudio de este trabajo; consta de cinco apartados en los que se describe la interrelación de los ejes de la investigación pero en un contexto real que hace posible entender y situar el fenómeno estudiado.

#### **II.1 La región de estudio<sup>25</sup>**

##### **II.1.1 Características geográficas**

La comunidad de productores miembros de Tiemelonla Nich K'lum S. de S.S. que se ha seleccionado como muestra en este estudio; se localiza en el municipio de Ocosingo, nombre náhuatl que significa “Lugar del señor negro”. Este municipio pertenece al Estado de Chiapas y está localizado en la region “VI Selva”<sup>26</sup>, limita al norte con los municipios de Chilón y Palenque, al Este con la República de Guatemala, al sur con Marqués de Comillas, Maravilla Tenejapa y la República de Guatemala; al Oeste con las Margaritas, Altamirano, Oxchuc y Sitala. Sus coordenadas geográficas 16°54'26” de latitud norte y 92°05'46” y la altura de su relieve oscila entre los 100 y los 1,900 metros sobre el nivel del mar.

---

<sup>25</sup> Los datos presentados en esta sección del trabajo han sido tomados de “Perfiles Municipales 2008” publicados por la Secretaría de Hacienda del Gobierno del Estado de Chiapas y de la página del gobierno municipal.

<sup>26</sup> El territorio del Estado de Chiapas se divide en 118 municipios agrupados en nueve regiones: centro, altos, fronteriza, Frailesca, Norte, Selva, Sierra, Soconusco e Istmo – Costa.

La superficie territorial de Ocosingo, se encuentra ocupada casi en un 41 por ciento por áreas naturales protegidas como las reservas de la biosfera “Montes Azules” y “Lacan-Tun”, las áreas de protección de flora y fauna de “Chan-kin”, “Nahá”, ”Metzabok” y los monumentos naturales y arqueológicos de “Bonampak”, “Yaxchilan” y “Toniná”; constituídas en su mayoría por selva húmeda y sub húmeda, y algunas porciones de bosque mesófilo y de coníferas; lo que da lugar a un clima que va de cálido húmedo a semi cálido subhúmedo con lluvias en verano y que se refleja en temperaturas desde 9 a 30°C en el período de noviembre a abril y de 12 a 34.5°C en promedio para los meses de mayo a octubre.

El municipio forma parte de la región fisiográfica Montañas de Oriente, su relieve está definido un 52.49 por ciento por lomerios con llanuras; 31.03 por ciento es sierra alta plegada con cañadas; 10.15 por ciento es sierra baja; el 4.42 por ciento es sierra alta de laderas tendidas y 1.08 por ciento es sierra alta escarpada compleja. En cuanto a la hidrología, las principales corrientes de agua son los ríos Usumacinta, San Pedro, Perlas, Negro, Lacanjá, y Jataté, así como las lagunas Miramar, Suspiro, Ojos Azules, Ocotál y Metzabok<sup>27</sup>.

### **II.1.2 Características sociales**

De acuerdo al II Censo General de Población y Vivienda 2005, el total de habitantes es de Ocosingo es de 170, 280 individuos, de los cuales el 69.3 por ciento habita en el área rural y sólo el 30.7 por ciento en el área urbana. Es importante mencionar que del gran total de habitantes, el 71.1 por ciento es población indígena de las etnias Tzeltal y Chol, principalmente.

Este total de población se distribuye dentro del territorio municipal, en 3037 localidades que van de los 6 habitantes, la más pequeña, hasta los 35,065 habitantes la más grande que es la cabecera municipal, Ocosingo<sup>28</sup>. Por criterios de planeación se han formado núcleos agrarios, los cuales entre ejidos y comunidades agrarias suman 203. Una de estas

---

<sup>27</sup> <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/>

<sup>28</sup> Esta información fue tomada del índice de marginación 2005 por localidad publicado por CONAPO.

comunidades es Peña Limonar, el lugar en que habitan los productores miembros de TNK que se han seleccionado como muestra.

La situación que prevalece en estas localidades, en términos de bienestar social, se refleja en los niveles de marginación<sup>29</sup>, rezago social<sup>30</sup> y desarrollo humano<sup>31</sup> que se registran para el municipio, y de acuerdo al Censo 2005, los grados registrados para cada índice, tomando en cuenta los criterios establecidos por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) respectivamente; señalan importantes carencias en materia educativa, de salud, de alimentación y de vivienda (ver cuadro 2.1).

**Cuadro 2.1 Indicadores de pobreza, Ocosingo**

Concepto	Índice	Grado
Marginación	1.4566	Muy alto
Rezago Social	1.5194	Alto
Desarrollo Humano	0.6709	Medio

Fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005. Tabulados básicos

<sup>29</sup> *La marginación es un fenómeno estructural que se origina en la modalidad, estilo o patrón histórico de desarrollo; ésta se expresa, por un lado, en la dificultad para propagar el progreso técnico en el conjunto de la estructura productiva y en las regiones del país, y por el otro, en la exclusión de grupos sociales del proceso de desarrollo y del disfrute de sus beneficios.*  
<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indices/pdfs/001.pdf>

<sup>30</sup> El rezago social es una medida resumen de carencias que incorpora indicadores de educación, salud, servicios básicos y espacios en la vivienda, así como de activos en el hogar.  
[http://coepo.jalisco.gob.mx/html/I\\_Indicerezagosocial.html](http://coepo.jalisco.gob.mx/html/I_Indicerezagosocial.html)

<sup>31</sup> Es la adquisición, de parte de los individuos, comunidades e instituciones, de la capacidad de participar efectivamente en la construcción de una civilización mundial que es próspera tanto material como espiritualmente. Según la ONU, consiste en la libertad y la formación de capacidades humanas, es decir, en la ampliación de la gama de cosas que las personas pueden hacer y de aquello que puede ser.  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo\\_humano](http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_humano)

El plan nacional de desarrollo 2007-2012 menciona que la población que presenta grados elevados de marginación y rezago social, que se localizan en las zonas rurales localizadas en zonas montañosas de difícil acceso, como el caso de algunas comunidades del municipio de Ocosingo; carece de la infraestructura, equipamientos y servicios adecuados por los altos costos que significan a la nación la dotación de éstos.<sup>32</sup> Esta situación inhibe las iniciativas de inversión en actividades con alta plusvalía, en estas zonas, manteniéndose como alternativa de ocupación, la actividad agrícola, el comercio y en ocasiones el ecoturismo; actividades cuya remuneración podría no ser suficiente para el buen vivir.

### **II.1.3 Perfil económico**

Estas mismas características físicas que hacen difícil la dotación de los servicios o la inversión para mejorar los indicadores de pobreza, son las que dan pie a la definición de las actividades productivas que se desarrollan dentro del municipio, las cuales tienen, además, concordancia con la distribución y características de los habitantes.

Con una población mayoritariamente rural e indígena, las actividades productivas están ligadas al uso y explotación de los recursos naturales, pero también, en la interacción campo – ciudad, éstas se combinan con el comercio y la prestación de servicios (ver cuadro 2.2).

---

<sup>32</sup> <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/igualdad-de-oportunidades/superacion-de-la-pobreza.html> Consultada en mayo de 2010



**Cuadro 2.2 Actividades Productivas, Ocosingo**

<b>Actividad</b>	<b>Características</b>
<b>Agricultura</b>	Se cultiva maíz, frijol, caña de azúcar, plátano, tomate, cítricos, hortalizas y café
<b>Ganadería</b>	Se produce ganado bovino y el municipio es el principal productor del Estado
<b>Apicultura</b>	Se produce miel para el mercado interno y externo.
<b>Industria</b>	Se producen muebles de mimbre, quesos, mantequillas y cremas. Se aprovechan diferentes tipos de madera y recursos petroleros (PEMEX realiza trabajos de exploración de hidrocarburos).
<b>Explotación forestal</b>	Se extraen especies finas como caoba, cedro rojo, ceiba, pino y encino.
<b>Turismo</b>	Se promocionan alrededor de 70 zonas arqueológicas, destacan Yaxchilan, Bonampak y Toniná. Además de los paisajes de selva, ricos en flora, fauna y mantos acuíferos como la laguna miramar,
<b>Comercio</b>	Se comercia calzado, abarrotes, ropa, artículos de ferretería, materiales de construcción productos farmacéuticos, muebles, aparatos eléctricos, refacciones, entre otros.
<b>Servicios</b>	Se prestan servicio de hospedaje, preparación de alimentos, talleres de reparación, asistencia profesional, gasolineras y otros.

Fuente: H. Ayuntamiento Ocosingo, Chiapas <http://www.ocosingo.gob.mx/>

La información que se presenta en el cuadro 2.2 refleja que la Población Económicamente Activa (PEA) del municipio de Ocosingo que se encuentra ocupada (PO), se concentra mayoritariamente en el sector primario. El 66.27 por ciento de la PO se dedica a la actividad agropecuaria, el 26.4 por ciento a las actividades del sector servicios, las turísticas principalmente, dado el potencial que se presenta en la zona y; el sector que concentra menos PO, es el de la industria, en éste se localiza sólo el 7.4 por ciento de la PO.

Al interior de cada sectores de actividad, los individuos desempeñan las siguientes labores:

**Cuadro 2.3 Principales ocupaciones de la población, Ocosingo**

Concepto	% de la PEA*
Trabajadores Agropecuarios	66.27
Artesanos y Obreros	7.4
Comerciantes y Dependientes	4.95
Trabajadores de la Educación	4.44
Operadores de Transporte	2.53
Trabajadores Domésticos	2.19
Oficinistas	2.11
Ayudantes, Peones y Similares	1.98
Técnicos	1.24
Profesionistas	0.5
Otros **	4.93
No Especificado	1.47

\*PEA (población económicamente activa ocupada), los datos corresponden a la población ocupada

\*\*Otros incluye a los trabajadores del arte, funcionarios y directivos, inspectores y supervisores de la industria, operadores de maquinaria fija, jefes y supervisores administrativos, trabajadores ambulantes, trabajadores en servicios personales, trabajadores en protección y vigilancia, cuyo % de participación es menor al 1 por ciento.

FUENTE: Perfiles Municipales 2008. Gob.de Chiapas, INEGI XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Ahora bien, a pesar de su precariedad, la riqueza en recursos naturales con que cuenta el municipio de Ocosingo le ha permitido a su población hacerse de los recursos materiales necesarios para subsistir. El clima, las características del suelo entre otras ventajas que les ofrece el espacio físico, han sido determinantes para la práctica de las actividades agropecuarias, las cuales además de ser una fuente de empleo a la población. Entre las principales actividades se encuentra la producción de ganado bovino, la producción de miel y el cultivo del café. Estas ocupaciones les han dado a los productores la oportunidad de intercambiar sus productos más allá del mercado local, lo cual les ha significado una mejora en sus ingresos y en su situación de vida.

Los principales productos agropecuarios que se manejan en el municipio de Ocosingo son, de acuerdo al valor de su producción, para la ganadería: los bovinos, porcinos y ovinos; para la agricultura, tomando en cuenta la misma variable: el maíz, el frijol, el chile verde y el café. Para el caso de la agricultura hay que distinguir entre cultivos cíclicos y perennes, y los que se mencionan son los principales cultivos de cada tipo. Pertenecen a los cíclicos el maíz, el frijol y el chile verde y a los perennes el café.

#### **II.1.4 Características culturales.**

El predominio de la actividad agropecuaria en el municipio de Ocosingo, tiene explicación no sólo a partir de considerar a las características físicas del espacio como determinantes en la definición de las actividades productivas, a esta explicación se suma la visión del mundo que sus habitantes, en su mayoría indígenas tzeltales y choles, tienen y es decisiva para entender su forma de convivencia interétnica y su interrelación con el entorno externo a su cultura.

La importancia que estos pueblos dan a la actividad agropecuaria, principalmente la agrícola, se fundamenta en la concepción de la tierra como elemento vital dentro de su mundo, puesto que es ésta la que da la vida, el sustento, el territorio y completa la triada que equilibra el mundo, junto con el cosmos y el inframundo, para recibir de las divinidades la protección en recompensa de su cuidado. Así, la actividad agrícola se convierte en una forma de vida, los hombres se originan de la tierra y viven de ella pues se convierten en productores de los alimentos que su propia gente consume (Alejos García & Martínez Sánchez, 2007; Gómez Muñoz, 2004).

En este sentido, para los tzeltales y choles, la tierra no puede ser vista como una mercancía, una posesión o un objeto de propiedad individual, es más bien un medio a través del cual la presencia del individuo en el mundo toma sentido, pues de la forma en que éste interactúe con la tierra dependerá el castigo o beneficio que sus deidades les retribuyan. El conocimiento agrícola para los choles, por ejemplo, es un factor de estatus al interior de sus comunidades; así como para los tzeltales la faena que implica el cultivo del maíz – su principal alimento- es una expresión de saberes y también una fuente de prestigio social, porque el

trabajo, dicen, dignifica, y el hombre que sabe trabajar es aquel que cosecha mucho maíz (Gómez Muñoz, 2004).

El maíz para estos grupos indígenas constituye su alimento principal, porque dicen: “surgió junto con el sol y los rituales al crearse el mundo”, retomando al Popol Vuh, el propio hombre fue hecho de este grano, constituía la base de su alimentación y por tanto era fuente de vida para los mayas, tronco del que descienden los tzeltales y choles. Así, el hombre es visto como “parte de la naturaleza, inserto en el entorno natural. Es hijo de la tierra, ha brotado de ella y es “propio del lugar” al igual que las plantas y animales” (Alejos & Martínez, 2007).

El sentido de pertenencia a la tierra y de responsabilidad por su cuidado se entiende como un valor colectivo dentro de estos grupos, puesto que no pueden apropiarse individualmente de un elemento que se les ha sido dado por sus divinidades ni del cual todos han surgido. Por lo que la distribución de las tareas y la resolución de los problemas que surgen en torno a la tierra son resueltos de manera colectiva, en tanto que, las labores de labranza se asignan dentro de la familia y la discusión de los asuntos se realiza a través de la junta comunitaria.

Este sentido colectivo que surge a partir de la pertenencia a un mismo territorio que es común a todos los individuos del grupo, se extiende también a otras actividades dentro de este mismo. La organización social tradicional de los tzeltales y los choles está marcada por alianzas que derivan en derechos y obligaciones dentro de las comunidades, las cuales están regidas por principios de solidaridad, armonía, conciencia, respeto, asamblea y unidad; y son manifestadas en instituciones como la familia (a partir del matrimonio) y la junta comunitaria.

Girard <sup>33</sup> (citado por Gómez Muñoz, 2004:22) escribe:

Debido a la naturaleza especial de las relaciones entre familias, regida por un profundo sentido colectivo y de ayuda recíproca, el indio es esencialmente altruista. La moral india respeta la verdad, la humildad, el respeto a lo ajeno y se guía por un sentido de justicia [...] su vocabulario carece de injuria, es cumplido en sus tratos y fiel a la palabra empeñada [...] el individuo es parte inseparable de la comunidad.

El sentido de comunidad de los tzeltales y choles, así como las interrelaciones que se dan entre ellos, dentro de la familia y su entorno; son un medio por el que se fortalece la identidad de sus pueblos. Puede decirse de esto, que en el entorno familiar, para estos grupos étnicos, es en donde se forma su capital social en primera instancia, pues los lazos familiares son los que cohesionan la agrupación.

Dicen Alejo & Martínez (2007) que para los choles, “la identidad de la persona no se entiende unilateral en términos de lo propio, se trata de un fenómeno intrínsecamente relacional [...] y no se limita a las relaciones inter grupales con otros grupos étnicos del entorno, pues existen también relaciones con entidades de otro orden como la madre tierra o la otredad Ch’ul (mundo de la naturaleza y las divinidades). En este sentido, la formación de capital social para los choles, se da no sólo en el núcleo familiar, quizá ahí inicien, sin embargo en su continua convivencia con otras personas, se van tejiendo redes de relación que se fortalecen con el tiempo.

Justamente, en el caso de los Tzeltales, este fenómeno relacional es el que da sentido a la identidad porque en la interacción con otros grupos, ellos se diferencian por aspectos que los hacen únicos; los tzeltales muestran en esta interacción un “nosotros” ajeno al o los grupos con los que interactúa, pero miembro de otra colectividad. Sin los “otros” no hay necesidad de definirnos a nosotros mismos como colectivos (Gómez Muñoz, 2004).

Es así como estos dos pueblos, Tzeltales y Choles, afianzan su identidad, la fortaleza se las da el hecho de pertenecer a un grupo y la singularidad que muestran al momento de

---

<sup>33</sup> GIRARD Rafael, Los chortís ante el problema maya. Historia de las culturas indígenas de América, su origen hasta hoy, t. I, México, Antigua Librería Robredo, 1949 pág. 296.

interactuar con otros grupos. Esta singularidad, en el caso de los tzeltales, está dada por los valores que mantienen, por su lengua, por su vestido, su atribución a un territorio de origen y; en general para los pueblos del tronco mayense, al que pertenecen Tzeltales y Choles, la identidad se forma cuando se interacciona con el complejo de alteridades naturales, sociales y culturales que los circunda.

Esto es, cuando el “yo” - el “nosotros”- descubre que hace el otro y entiende su verdadera situación para identificarse como ajeno a ella y apreciar más sus propias características. La identidad se fortalece cuando el individuo analiza un entorno distinto al suyo, entiende su dinámica y comprende por qué no pertenece a él. En este sentido, para que la identidad de los pueblos se fortalezca, es preciso interactuar con otros pueblos con culturas y costumbres diferentes, en el entendido de que el conocimiento de otros medios de vida, les permite crecer como comunidad, y en estos tiempos, y de hacerse de elementos para mejorar sus estatus de vida.

Precisamente, Alejos & Martínez (2007) dicen al respecto de la posición de los indígenas choles ante la globalización: que ellos consideran a este proceso como “una nueva versión de un sistema de dominación frente al cual contestan con sus propios recursos culturales y con su ingenio, abriéndose al cambio y apropiándose de la cultura ajena, más que cerrándose a su identidad”.

Es entonces que los indígenas han respondido a las demandas del proceso global, tomando como móvil de su participación dentro de éste, a sus preceptos culturales de cuidado a la tierra, sus formas étnicas de organización social, de distribución del trabajo y las habilidades que ha adquirido a lo largo de su vida cotidiana que transcurre en dos mundos paralelos que se complementan para afianzar su identidad.

Esta respuesta ideal, sin embargo, puede no ser general para todos los indígenas, para algunos también la inserción del proceso global, o simplemente la adaptación a las nuevas formas organizativas que se promueven institucionalmente; les ha significado un letargo que puede expresarse como “dependencia” o “buen acomodo” a los apoyos que el Estado proporciona en ocasiones a la población. Lo cual en el inconsciente puede crearle una idea de

que las carencias que vive, tendrían que ser subsanadas por el Estado y no mediante el esfuerzo personal.

Esta cultura ajena que el indígena ha debido de apropiarse, puede generar también contradicciones en sus preceptos de comunidad, si bien, existen situaciones que empatan con su ideología de vida, muchas otras la ponen en combate. Por poner un ejemplo, la idea de obtener siempre una ganancia, un plus por las actividades que se lleven a cabo, muy difundida en el sistema capitalista. Se ha sembrado junto con la del papel paternalista del Estado, en la mente del indígena, presentandolo en ocasiones con una imagen de individuo consumista - materialista que busca ante todo el beneficio para sí y con el apoyo gubernamental constante.

En la experiencia en trabajo de campo, algunos de los productores en el momento de aplicarles el cuestionario, omitían datos personales y sus respuestas eran parcas cuando debían contestar cuestiones de tipo informativo sobre su comunidad; sin embargo, en el momento de pasar a las interrogantes que cuestionaban sobre la problemática en la producción del café, o las carencias y necesidades personales; los productores respondían con detalles, cayendo en contradicciones que reflejaban el interés por mostrarse como persona vulnerable, necesitada de algún tipo de apoyo.

Y no es que los productores de café, o los campesinos no tengan necesidades que satisfacer, sino que los medios que algunos de ellos consideran para este fin, son lejanos a los preceptos de comunidad que los motivaban a trabajar y esforzarse para conseguir el sustento, y dignificarse; como en el caso de los tzeltales.

Estas contradicciones que se presentan en el seno de las comunidades indígenas, por la percepción derivada de la experiencia de campo y que ha sido descrita antes, podría afirmarse que la participación de los algunos productores en una organización, está motivada más por el interés de hacerse de mayores ganancias que por los beneficios intangibles que la práctica del cultivo orgánico y el comercio justo les signifiquen; o por la identificación que sientan de sus prácticas ancestrales de cultivo con las de reciente promoción.

Desde esta perspectiva, puede pensarse que el proceso de globalización ha tenido dos efectos divergentes sobre los productores indígenas como los que se estudian en este trabajo.

Por un lado ha promovido la reapropiación de sus preceptos de comunidad y por otro ha asentado las transformaciones de éstos mismos hacia una concepción más materialista de la acción colectiva.

## **II.2 De productores para el autoconsumo a productores para la comercialización**

Los sistemas de producción y organización indígena se rescatan ahora como un elemento que los inserta en la modernidad. Las actividades productivas comunitarias y el valor que dan a la tierra, son determinantes en los nuevos procesos de reconfiguración de los sistemas alternativos de producción agrícola y los nuevos mecanismos de intercambio comercial.

Estos últimos sostienen su éxito con base en la diferenciación de los productos por los procesos orgánicos que se utilizan en su obtención así como por la valoración del trabajo que llevan detrás. Las comunidades indígenas en su proceso de intercambio de experiencias con otros mundos, logran combinar parte de su saber con el saber del otro, propiciando una transformación de su cotidianidad, unas veces conservando y otras perdiendo la esencia de su cultura.

### **II.2.1. Un viraje cultural ante la reorganización del espacio social y económico**

Esta interacción con otras formas de cultura y organización que los indígenas realizan para fortalecer su identidad, es también una forma de no excluirse y de continuar en la dinámica de su propia existencia; aunque los resultados de esta interacción no sean los mejores en todos los casos<sup>34</sup>, como se ejemplifica en el apartado anterior.

---

<sup>34</sup> Basta con remitirse a los niveles de marginación y exclusión social que Ocosingo registra. Ver sección 2.2



Debido a la adaptación exigida por los cambios propiciados por la evolución de los sistemas sociales, en los pueblos y naciones surgen iniciativas que marcan modificaciones en su estructura social, política y económica. El surgimiento de la producción de café en Chiapas y en la zona norte del Estado, es uno de esos acontecimientos que fueron consecuencia de alguna iniciativa que el sistema social demandaba.

Dice la historia de la propiedad de la tierra en Chiapas que a fines del siglo XIX, siendo gobernador del Estado Emilio Rabasa Estebanell, se emitió una ley para convertir las tierras comunales en propiedad privada, éstas fueron vendidas a bajo precio a inversionistas extranjeros y terratenientes, quienes empezaron a poblar las comunidades y a organizar el uso de la tierra recién adquirida, haciendo uso de la mano de obra de los campesinos indígenas quienes fueron incorporados como asalariados a las fincas de café y tabaco, principales cultivos que los terratenientes extranjeros habían llevado a la región en un afán de fomentar su producción para satisfacer las demandas de materia prima de los países europeos (Alejos & Martínez, 2007)<sup>35</sup>.

Con la Revolución Mexicana y la reforma agraria se registró una restitución parcial de las tierras a los pueblos, se crearon los ejidos y en el gobierno de Cárdenas se constituyeron formalmente las poblaciones ejidales; por lo tanto, la mano de obra de las fincas disminuyó. Derivado de los trámites a seguir para formalizar la propiedad ejidal, surgió una clase intermediaria entre el pueblo y el gobierno, la cual acaparó además la producción de café que los nuevos ejidatarios cultivaban en sus parcelas, a fin de ser también el intermediario hacia la comercialización del grano, el “coyote” (Alejos & Martínez, 2007).

De esta manera, la apropiación de la cafecultura por parte de los campesinos se asocia a las transformaciones sociales que ocurrieron derivado del movimiento revolucionario, específicamente, a su liberación de las fincas y a la creación del ejido. Hecho que se cuenta, se dio en un ambiente de violencia y tensiones políticas pues los campesinos presumiblemente, se robaban los cafetos de las fincas para sembrarlos y convertirse en minifundistas. En este inicio, como durante todo el tiempo que permaneció dentro de la estructura gubernamental, el

---

<sup>35</sup> Esto coincide temporalmente con el inicio de la cafecultura mexicana, que de acuerdo a Celis (2001), existe desde el siglo XIX.

Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ) tuvo un papel fundamental en el sector cafetalero de México (Alejos&Martínez, 2007).

La historia del la apropiación del cultivo del café por los indígenas, como miembros de organizaciones, es muestra de las adaptaciones que han tenido que hacer de sus costumbres y formas de organización, ante la necesidad de insertarse en la dinámica mundial; no como los grandes productores que compiten por un lugar en el mercado, sino más bien por la necesidad de cubrir sus demandas básicas de alimentación, vestido, vivienda.

Conforme la sociedad ha evolucionado y modificado las pautas de organización a su interior, sea para fines institucionales o de competencia, los indígenas en su rol de trabajar para que su gente sea alimentada, ha tenido que adicionar a sus cultivos tradicionales (el maíz, el frijo y el chile) otros que no sólo le provean de sustento, sino que le permitan obtener recursos monetarios para hacer frente a la nueva dinámica en la que deben interactuar.

El maíz ha sido un productor que aunque constituye parte de la dieta básica, no sólo de los indígenas, sino de la población mexicana en general, es comercialmente inviable. Sobre todo luego de la apertura comercial, la liberación de aranceles y los subsidios que los países aplican a sus productos agrícolas.

Pese a que fue hasta 2008 que entró en vigor el capítulo agropecuario del Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), las fluctuaciones de los precios del maíz durante la década de los 80's, el desconocimiento de los productores de las exigencias de la apertura comercial que inició en México con la adhesión al Acuerdo general de Aranceles y Comercio (GATT), en 1986; y la insuficiencia de capital de los productores para soportar los altibajos de los precios del grano, provocaron expulsiones del mercado y pérdida de empleo .Creando la necesidad de buscar nuevas alternativas para la obtención de ingresos (Rubio, 2004).

El café ha sido el producto por el cual, los indígenas choles y tzeltales de algunas comunidades de Ocosingo, han tomado como medio para obtener ingresos, dejando al maíz como el cultivo de subsistencia. Esto, en un afán de atender las necesidades que las nuevas generaciones entre los indígenas, tienen ante la más cercana convivencia con la cultura

occidental. Estas nuevas necesidades, lejos de ser únicamente una expresión de la aculturación, constituyen también un derecho para su desarrollo personal; es el caso por ejemplo de la educación superior, la cual dentro de sus comunidades no es posible acceder, y tienen que migrar a las ciudades grandes, necesitando recursos adicionales para su manutención.

Frente a este panorama de adaptación a los cambios en la dinámica mundial, los indígenas han pasado de ser productores de maíz para alimentar a su familia, como su ideología lo define, a ser productores para la comercialización. En algunos casos, la ideología étnica se modifica y se adoptan nuevas pautas que distan de ésta, el móvil que unifica a los productores dentro de una organización puede ir más allá del sentido de colaboración recíproca en la búsqueda de un objetivo común y ver en el fondo el interés personal. Lo cual, no significa un problema estructural dentro de la organización, pues de acuerdo a Melucci (1989), el interés particular es uno de los factores que propician la formación de grupos.

## **II.2.2. La organización de productores como forma de introducción a los nuevos cánones productivos**

Así como la incorporación de los indígenas a la actividad cafetalera se dio a partir de las transformaciones que el Estado realizó ante la restauración política, económica y social del país a principios del siglo XX; la organización de los productores -no sólo de café, sino de maíz, frijol y caña de azúcar por mencionar a los más importantes a nivel nacional- dentro de la estructura productiva del país, fue uno de los mecanismos que el aparato gubernamental fomentó para dar instaurar el sistema de relaciones entre la fuerza productiva de la nación y los organismos estatales.

Estas relaciones servirían al aparato gubernamental para perpetuarse en el poder por más de 70 años, puesto que los grupos formados a partir de las actividades productivas en el país, y no sólo del sector agrícola, fueron una especie de operador que vinculaba al pueblo con

el gobierno en una relación de reciprocidad en la que la dotación de bienes era hecha a cambio del voto que perpetuara al Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el poder.

Esta dinámica que inició como una estrategia del grupo en el poder a principios del siglo XX, se mantuvo durante el transcurso de éste mismo, y fue adaptándose a las exigencias de tiempo, muchas de las agrupaciones de trabajadores que se habían formado desaparecieron y muchas otras se transformaron dentro de la misma relación de interdependencia con el partido en el poder o bien, con una nueva perspectiva de la acción colectiva.

De acuerdo con Celis (2001) la cafecultura se distingue de las otras ramas por una mayor presencia de las organizaciones campesinas, una relativa autonomía y pluralidad así como por una constante interacción con el Estado en la definición de políticas públicas para su rama, además de que tales organizaciones son mayoritariamente integradas por indígenas. Estas características les han permitido a los cafetaleros explorar nuevos mercados para su producto, ante el conflicto perenne de su actividad frente a los precios del cultivo, el cual condiciona tanto la permanencia del productor dentro de la rama como su bienestar y el de su familia.

En esta adaptación que el tiempo exige a las sociedades y sus actividades productivas, la asociatividad cafetalera ha transformado sus formas, desde aquellas con una fuerte base institucional hasta las llamadas por Celis (2001), organizaciones autónomas, De esta manera, de acuerdo a este autor, se identifican en la actividad cafetalera, tres formas asociativas:

- a) El *grupo local*. Es el modelo asociativo derivado de la reforma agraria y que ha persistido más en el tiempo, fue impuesto por el gobierno para reglamentar la mayoría de los aspectos de la vida asociativa de los ejidos y comunidades. A través de ellos se procesaban las demandas sociales y se comprometía el voto por el partido oficial. Fue la primera forma en que se expresó la asociatividad en el sector cafetalero, de manera oficial; pues a través del INMECAFE se impulsó la organización de los productores, quienes se agruparon en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC's) para facilitar la distribución de los apoyos que el INMECAFE proporcionaba.

b) Las *organizaciones regionales*. Eran grupos integrados por productores de varias comunidades, orientados hacia el acopio y comercialización del café. Su origen se dio por estas vertientes:

a. Promoción estatal e impulso de empresas sociales por propietarios locales (entre los años 70 y 80). Es el caso de las cajas solidarias, impulsadas por el Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) (1988-1994), para manejar transferencias de créditos a la palabra y parte de la infraestructura y beneficiado del INMECAFE.

b. Activismo social que involucraba a egresados de universidades, normales rurales, profesionista, técnicos, algunos sacerdotes, catequistas de la iglesia católica. Las organizaciones surgidas a partir del activismo, eran llamados grupos autónomos: Uniones de ejidos, Asociaciones Rurales de Interés Colectivo (ARIC), Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (CEPCO); los que en su mayoría formarían la Comisión Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOOC).

c) Las *organizaciones nacionales*. Surgieron sobre todo en la década de los 80's, éstas agruparon a pequeños, medianos y grandes productores, fueron impulsados por grupos de izquierda y fueron en cierta medida más autónomas y plurales. Entre ellas se encuentra la Central Campesina Independiente, Confederación Agrarista Mexicana, Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Autónomas y la CNOOC (fundada en julio de 1989). Los medianos y grandes productores se congregan en la Confederación Mexicana de Productores de Café.

Estas tres formas asociativas que se enmarcan en un plano nacional, tuvieron representación en el sector cafetalero de Chiapas, a partir de la labor que el INMECAFE realizó en el territorio local. Como lo describe Celis (2001) para el contexto de la cafeticultura nacional, la promoción del asociacionismo estuvo, en un principio, en manos del Estado y se extendió por tanto a cada punto geográfico en que el café pudiera cultivarse. El objetivo fue por un lado, el control de las masas para perpetuarse en el poder, y por otro, el fomento de la actividad cafetalera nacional por su potencial para generar divisas.

Al respecto, el Biólogo Eleazar Rodríguez Torija<sup>36</sup>, colaborador del INMECAFE en los años setenta, comenta:

El Presidente Luis Echeverría, quería mejorar el sector del café en México [...], fue en agosto de 1973, aproximadamente; que estando en la ciudad de México yo tenía la necesidad de trabajar para terminar la carrera, entonces en el Instituto Mexicano del Café, se abrió un proyecto para el censo – padrón cafetalero y un programa de Catadores Noveles<sup>37</sup> [...]. Antes del censo cafetalero, los productores no estaban organizados, los encuestadores tuvimos que ir a las comunidades para levantar el censo[...] a mi me mandaron a Yajalón.

(Rodríguez, entrevista, 2010).

De esta forma, los productores de café en Chiapas, como lo señala Pérez – Grovas (s/f), se organizaron en pequeños grupos llamados UEPC's –expresión de la primer forma de asociacionismo, el *grupo local*- que sin tener una figura legalmente reconocida, representaron el mecanismo operativo mediante el cual el INMECAFE desarrolló su política hacia el cultivo y la comercialización del grano, pues agrupaban a los cafetaleros de cada localidad para que el Instituto les proveyera de recursos para financiar la producción, asesoría técnica y apoyo para acopiar el café en forma de pergamino; posteriormente, a través de éstas se promovió un paquete tecnológico basado en el monocultivo y en el uso de insumos químicos para el control de malezas, plagas y enfermedades y para la fertilización del suelo.

La segunda forma de asociacionismo -las *organizaciones regionales*-, originada por la promoción Estatal, se presentó en Chiapas a mediados de la década de los 80's, cuando se

---

<sup>36</sup> El entrevistado formó parte del equipo del INMECAFE que levantó el Censo Cafetalero en los 70's, fue asignado a la región norte de Chiapas, específicamente al municipio de Yajalón. En su convivencia con los pequeños productores aprendió de ellos algunas técnicas de cultivo y fomentó lazos de amistad. Desde entonces radica en Chiapas y actualmente forma parte del equipo de trabajo de BANMUJER, organismo dependiente del gobierno de estado de Chiapas.

<sup>37</sup> Este programa de acuerdo a la versión del entrevistado, tenía como objetivo crear expertos para identificar los tipos de café de cada uno de los mercados a los que el producto se vendía.

forman los Comités Comunitarios de Planeación (CoCoPla) con la colaboración del Instituto Nacional Indigenista (INI), los cuales tenían la finalidad de asesorar técnicamente a las comunidades, mejorar su infraestructura productiva dotándolos de despulpadoras, patios de secado y construcción de bodegas y beneficios secos; evaluar las condiciones de la comunidad y promover proyectos de desarrollo.

Seguido de éstos, a inicios de la década de los 90, surgen los Comités de Solidaridad en el marco del PRONASOL y en apoyo a la caída de los precios del café en el año 1991; a través de ellos se implementa un programa que otorga créditos a los cafecultores con menos de cuatro hectáreas, el cual se complementa a partir de 1992 con créditos a las organizaciones para el acopio y la comercialización (Pérez – Grovas, s/f).

Ahora bien, respecto de las organizaciones regionales que surgen del activismo social, es de relevancia mencionar que su presencia en el entorno social y el papel que han jugado a lo largo de la historia, pone en evidencia la eficacia de la acción colectiva y la fuerza que representan los individuos congregados con miras al logro de un objetivo común. Estas ventajas que presenta la acción colectiva para alcanzar metas, ha hecho que se tome como bandera para emprender cambios en los sistemas sociales, ante los vacíos o crisis estructurales que se presentan.

Los efectos de la acción colectiva también trascienden fronteras, no son exclusivos de un territorio cuando los movimientos se encuentran bien articulados, estos mismos efectos se reproducen a través de la imitación, en el momento que se ponen en práctica las acciones que son consideradas motores de cambio y estos pueden incluso rebasar los límites institucionales, como parece haber acontecido en la región que se estudia.

Allá en Ocosingo nace la liga independiente, es la primera organización campesina que nace en el Estado de Chiapas... sus dirigentes son muy conocidos: Hugo Andrés Araujo y Rodolfo...unos grandes líderes que venían de allá donde surgió la primera liga del predio de Batopilas entre Coahuila y Durango, allá por Torreón, en la Comarca Lagunera [...] También se creó la ARIC, pero la ARIC es una figura asociativa de acuerdo a la antigua ley de la reforma agraria. Esta Asociación Rural de Interés Colectivo está conformada por una unión de uniones de ejidos [...] (Rodríguez, entrevista, 2010).

Estos efectos que se presentan por la imitación o reproducción de las acciones de cambio, se aprecian claramente en el sector cafetalero; las primeras organizaciones que surgieron de la iniciativa de activistas sociales dieron ejemplo de los beneficios de adoptar nuevos mecanismos en el cultivo del grano así como nuevas formas de comercialización. En este sentido, la acción colectiva también tiene efectos de arrastre en razón a los beneficios que su ejecución promueva.

En este sentido, el testimonio que el biólogo Rodríguez Torija da como protagonista del proceso de gestación del asociacionismo en Chiapas, refleja que el surgimiento de las organizaciones regionales en territorio chiapaneco fue una reproducción de los procesos de gestación de asociaciones en el norte de México, lo cual no suena errado si se recuerda que los primeros movimientos de trabajadores organizados surgieron en esta parte del territorio nacional y que además la acción colectiva, como se ha dicho en el párrafo anterior, tiene efectos de arrastre en razón a los beneficios que promueve.

Para continuar con la tercer forma de asociacionismo, las organizaciones nacionales; se retoma a Pérez – Grovas (s/f) para relatar que la intervención de ésta en Chiapas, se hizo a través de la Confederación Nacional Campesina (CNC) mediante la canalización de recursos crediticios para la expansión de la planta productiva y su promoción comercial, así como para la consolidación de la estructura corporativa de las organizaciones campesinas de la zona productora de café en el norte del estado. Acción que desembocó en la creación del Consejo Estatal del Café en febrero de 1993, y en el que figuraban como representantes de los cafetaleros, los presidentes municipales de las regiones productoras más un representante campesino elegido por aquél.

De las tres formas de asociacionismo que se presentan en el sector cafetalero, a nivel nacional y en su expresión local, vale decir que a juicio particular, derivado del hecho que le dio origen; son las organizaciones regionales emanadas del activismo social, las que mejor actuación podrían tener dentro de los nuevos cánones productivos, puesto que llevan detrás algún vínculo en común que los cohesiona y los identifica como parte el grupo. Lo cual es



garantía de que las acciones que emprendan, tendrán un sentido de utilidad colectiva, que queda fuera de la dinámica comercial convencional.

En Chiapas, son muchas las organizaciones del sector cafetalero surgidas del activismo social y que han sido casos de éxito bajo los nuevos cánones de producción y comercialización: el cultivo orgánico y el comercio justo. Su origen data de la década de los 80, época en que surgieron varias organizaciones de cafeticultores en los municipios de Cacaohatán, Huixtla, Escuintla, Motozintla y Tapachula, las cuales terminaron desmoronándose debido a un tenso clima de demandas judiciales, de encarcelamientos y huidas de dirigentes acusados de fraude; dejando a varios campesinos sin las facilidades para la realización del cultivo del café. Pero cuya desaparición, dio pie al surgimiento de nuevas organizaciones a partir de la labor de comunidades eclesíásticas de la Diócesis de Tapachula, Chiapas.

Es el caso de la Organización de Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM), Sociedad de Solidaridad Social que trabaja bajo un modelo de desarrollo integral, auto gestionado y sostenible a partir del cultivo de Café orgánico y en la que los socios de la organización aprecian el poder aprender a trabajar adecuadamente y conservar la tierra y el contar con asesoría técnica para incrementar su productividad. Tal es la efectividad de ISMAM, en el sentido de colectividad de sus miembros, que ha extendido su influencia más allá de su región de origen, hacia algunas comunidades de la selva lacandona, hacia la vertiente norte de la Sierra Madre (municipios de Jaltenango de la Paz y Chicomuselo) y el norte del Estado (Renard, 1999).

De igual forma la Unión de Ejidos y Comunidades Cafeticultores Beneficio Majomut es una organización social de pequeños productores de café, indígenas tzotziles y tzeltales de la región Altos de Chiapas que nació como un mecanismo aglutinador de los productores en torno al proceso de transformación del café y su comercialización directa y poco a poco se ha ampliado el trabajo abarcando todo el proceso productivo, convirtiéndose en un mecanismo de elaboración, gestión y ejecución de proyectos de desarrollo integral de las comunidades.

Ejemplos como estos, en los que se aprecia que la actividad colectiva organizada a partir de un objetivo común arroja resultados favorables dentro de un contexto que

constantemente promueve la desigualdad, son los que soportan la idea de la efectividad de la actividad conjunta para hacer menos agresiva la competencia entre participantes del mercado.

Es por ello que aunque promovido por el estado, en un primer momento, el asociacionismo; expresado en la organización de los productores y la fortaleza que alcanzan a través de la acción colectiva y sus elementos culturales de cohesión, es una forma efectiva de introducirse a los nuevos cánones productivos y comerciales, que para los fines de esta investigación son el cultivo orgánico y el comercio justo.

#### **II.4 La organización Tiemelonla Nich K'lum, S. de S.S: de la tradición a la modernidad<sup>38</sup>**

Los elementos que dan cohesión a los grupos de individuos, congregados en un afán de lograr un objetivo colectivo, son de índole diversa, pero se identifican algunos que son comunes a ciertas agrupaciones en los diversos sectores de actuación de los individuos. En el sector de los cafetaleros, particularmente los que son pequeños productores y que su inserción al sector se dio a partir de las transformaciones institucionales por el reparto de la tierra; es común identificar como elementos de cohesión la pertenencia a un grupo étnico, la cosmovisión así como el compartir valores como el respeto y la solidaridad.

Estos elementos son los que han motivado, la mayor parte de las veces, la unión de pequeños productores para buscar mejores alternativas de producción e intercambio de cara al proceso global. La acción que ejercen como un colectivo, les ha permitido insertarse en el mercado orgánico y el comercio justo y dentro de ellos han desarrollado prácticas de cultivo que han formado parte de su dinámica de producción ancestral así como puesto en marcha mecanismos de intercambio que representan el advenimiento de la modernidad.

Distribuidas en el área en que se dieron las primeras muestras del asociacionismo en Chiapas, de acuerdo al testimonio de Rodríguez (Entrevista, 2010); se localizan las

---

<sup>38</sup> Tomado del informe-diagnóstico de TNK, firmado por los representantes: señores Miguel López Vázquez (presidente), Nicolás Pérez Sánchez (secretario) y Fernando Gutiérrez Moreno (tesorero). Fuente: Archivo de Más Café, S.A. de C.V. 2010.

comunidades de productores de Tiemelonla Nich Klum Sociedad de Solidaridad Social (TNK) que nace en 1986, ante la necesidad de buscar un mejor precio para el café y conseguir mejoras en las condiciones de vida de los productores.

Las Sociedades de Solidaridad Social *se constituyen con un patrimonio de carácter colectivo, proveniente de personas físicas, en especial ejidatarios, comuneros, campesinos sin tierra [...] que destinen una parte del producto de su trabajo a un fondo de solidaridad social y que podrán realizar actividades mercantiles* (Ley de Sociedades de Solidaridad Social, 1976:1). Es quizá por ello que la fundación de esta organización se haya dado bajo este esquema.

*Las condiciones en que vivíamos antes de organizarnos eran muy precarias, no teníamos más opción que venderlo nuestro café al coyote que lo compraba a un precio muy bajo y a veces al remate* (Productor 1, entrevista, 2010).

En este sentido, las S. de S.S. tienen por objeto crear fuentes de trabajo, practicar medidas que tiendan a la conservación y mejoramiento de la ecología, la explotación racional de los recursos naturales, la explotación racional de los recursos naturales, la producción, industrialización y comercialización de bienes y servicios que sean necesarios además de promover la educación de los socios y entre otras cosas, fomentar medidas que tiendan a elevar el nivel de vida de los miembros de la comunidad (Ley de Sociedades de Solidaridad Social, 1976).

Bajo estas premisas, trabajan los miembros de TNK, respaldando además sus acciones en principios como el amor, la verdad, la unidad, la fraternidad, la justicia y la paz; todos ellos valores que moldean el reino de Dios (Ver imagen III.1).

**Imagen 3.1. Principios rectores de Tiemelonla Nich K'lum**



Fuente: archivo personal

Pero la influencia de estos principios va más allá de las acciones que llevan a cabo los productores como miembros de la organización, influye en su modo de vida, al grado de declararse interesados en el aprendizaje de la teología por encima de las técnicas de mejora de su producción, o las estrategias de comercialización, e incluso por completar la educación primaria.

Entrevistador: ¿Qué es lo que le gustaría aprender?

Productor: Temas de Teología (Productor 3, entrevista, 2010)

El abanderamiento de las acciones con estos principios, se explica, entre otras cosas, por la influencia religiosa que ejercen las personas que asesoran a los miembros de la organización; se trata de un grupo de religiosas que en la sede de TNK, Palenque; son conocidas como las “Hermanas del Café.

Al llegar a Palenque, se buscó un informante que diera datos sobre la organización, únicamente se conocía el nombre y se sabía que estaban lideradas por religiosas, por lo tanto, me dirigí al empleado de la línea de autobuses para preguntarle si sabía dónde encontrarla, proporcionándole los únicos datos con los que contaba. Amablemente, me mandó a un colegio Católico para que me dieran informes más precisos, el colegio Palenque; ahí la hermana Cecilia me explicó la forma de llegar hasta la sede de la organización. Ella respondió cuando le pregunté por la organización: Sí! Son las “Hermanas del Café”... (Fragmento de diario de campo, diciembre de 2009).

Esta organización, como muchas otras emanadas durante la década de los ochenta dentro del sector cafetalero, está respaldada por el apoyo de este grupo religioso. Los fundadores de la organización fueron indígenas Choles, a los que se unieron indígenas tzeltales para sumar actualmente 624 socios distribuidos en 50 comunidades en los municipios de Palenque, Chilón, Tumbala, Yajalón, Salto de Agua y Ocosingo, Chiapas (ver mapa I); en donde la mayor parte de la población se dedica al cultivo de café y es éste su principal fuente de ingresos.

La organización recibe el apoyo del despacho Kaffe en la capacitación en diferentes rubros, así como acompañamiento a la directiva en el desarrollo de sus actividades a beneficio de la sociedad. TNK, es socio activo de la empresa Comercializadora Más Café S.A de C.V., a través de la que exporta su producto a diversos países.

**Mapa 2.1. Área de influencia Tiemelonla Nich K'lum S. de S.S.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos del COMCAFE, Chiapas

Todos los socios de la organización son productores de café, Chilón y Palenque son, respectivamente, los municipios que más y menos socios aportan a la organización (ver cuadro 2.4). Actualmente se trabaja con dos tipos de productores que son: los que producen café orgánico y representan aproximadamente el 65 por ciento del total de socios y los que producen café en transición, el 35 por ciento restante (k'lum, Concentrado general ciclo 2007-2008, 2009).

**Cuadro 2.4 Distribución municipal de los productores socios de TNK S. de S.S.**

Municipio	Núm. de Localidades	Núm.de productores
Chilón	26	298
Ocosingo	10	177
Palenque	1	4
Salto de Agua	7	60
Tumbalá	4	73
Yajalón	2	12

Fuente: Elaboración propia con datos de MÁS CAFÉ SA de CV

Todos los socios reciben asesoría para la producción del café a modo que se asegure el cumplimiento de las normas de los organismos certificadores de la producción orgánica que avalan el producto de TNK: NATURLAND, CERTIMEX e IMO. El certificado de producto orgánico ampara 1,047.85 hectáreas de café orgánico, para una producción superior a los 9,489 quintales. Las variedades de café principales son Borbón, Árabe y Mondo Novo. Como cualquier otra empresa comercial, TNK basa sus acciones en una misión y visión, se rige por valores, se guía por objetivos generales y lleva a cabo estrategias específicas que se resumen en lo siguiente<sup>39</sup>:

El objetivo central de la TNK, consiste en buscar el desarrollo mediante el mejoramiento del ingreso y la calidad de vida del pequeño productor de café, aprovechando la disponibilidad de los recursos naturales existentes en la región y fomentando el uso racional de los recursos naturales.

Su misión es: impulsar a pequeños productores de la región para la producción, comercialización y exportación de productos orgánicos y no orgánicos, que permitan mejorar los ingresos y el desarrollo de la organización, respetando su autonomía de nuestros socios e impulsando la participación de la mujer.

Su visión es: Ser una organización de pequeños productores estable financieramente con personal capacitado y comprometido con los socios y la organización, que nos permitirá garantizar el volumen de producción con mejor calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes internos y externos.

Valores: Respeto, Honestidad, Transparencia, Responsabilidad, Igualdad, Educación.

Las estrategias generales de la organización son las siguientes: Crecimiento de volumen de producción, la gestión de proyectos, la creación y mantenimiento del fondo de capitalización, el fomento de la comunicación interna, la diversificación productiva, el seguimiento a la producción orgánica, el acopio y comercialización del producto, la

---

<sup>39</sup> idem

administración correcta de los recursos financieros, la promoción de capacitación a técnicos y socios.

La organización funciona como una persona moral de carácter social integrada por socios productores de café, tiene por lo tanto, representatividad legal. La máxima autoridad de decisión es la asamblea de socios, se tiene formalizada legalmente a la asamblea de delegados, constituida por personas nombradas por las comunidades socios de la organización.

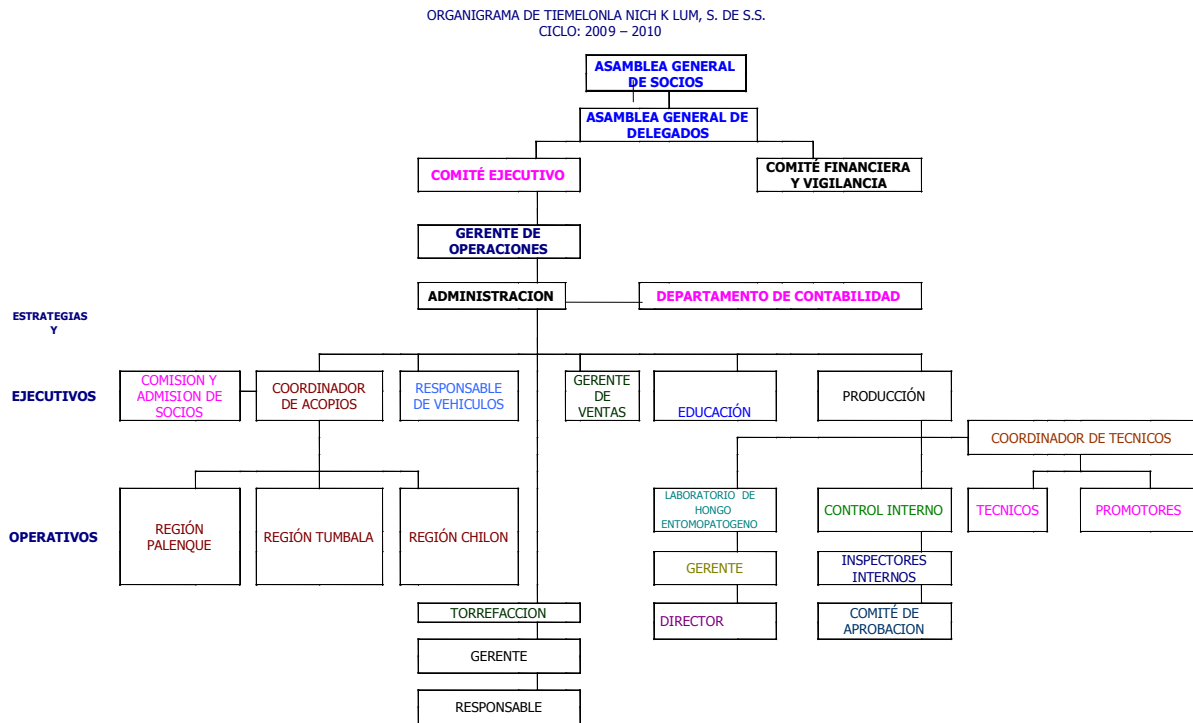
La infraestructura con la que cuenta la organización en la ciudad de Palenque es de dos bodegas, en una se acopia el café y la otra sirve para reuniones mensuales, cursos y talleres. Cuenta con las instalaciones necesarias que permite permanecer en Palenque, los días que sean necesarios para la comercialización, los estudios de capacitación o las reuniones. Se cuenta con una cocina, comedor, baños, dormitorios, así como oficinas equipadas con computadoras, escritorios, archiveros, impresoras y línea telefónica; una sala de consejo y un salón de reuniones. En el municipio de Chilón, Chiapas se cuenta con un terreno y una bodega para acopiar el café de los socios de esa región.

También se cuenta con un laboratorio, construido en 1997 para producir masivamente el hongo *Beauveria Bassiana*, y controlar las plagas. Por otro lado, la organización cuenta con dos camiones de 5 Ton., los que son utilizados en el acarreo del café para disminuir los costos (Klum, 2009).

La estructura organizativa de TNK se compone de los siguientes niveles de autoridad:



**Figura 2.1 Organigrama de TNK, S. de S. S.**



Fuente: archivos de MÁS CAFÉ, S.A. de C.V.

Como se aprecia en la figura, la autoridad principal es la asamblea de socios, seguida por la asamblea de delegados y áreas operativas encargadas de funciones básicas como las de:

- a) Producción. Cuyo objetivo es vigilar la calidad en la realización de las actividades del proceso productivo, para obtener la certificación de producción de café orgánico.
- b) Acopio. En la que se lleva a cabo las actividades siguientes: apilar el café (entongar), llevar el control de la entrada y salida de los bultos, entregar el café en la procesadora, recibir el reporte de la procesadora, recibir y pesar el café, etiquetar especificando el código del productor, la calidad, número de bultos, tipo de costal y peso bruto del producto, verificando también la calidad del producto al llegar a la bodega: humedad, fermento, control de muestras. Esta área se encarga de “calar el café” y ayudar en las maniobras de carga y descarga.

- c) Comercialización. En la cual, a través del coordinador del área de ventas se establece y mantiene relación con la comercializadora MÁS CAFÉ SA de CV (canal de ventas). Se maneja la información acerca de los reportes de acopio y resultados de la maquila
- d) Administración. En esta área se manejan los recursos (aplicación y obtención) y está a cargo del C. Francisco Mendoza López miembro del comité ejecutivo. Aquí se llevan a cabo todas las actividades relacionadas con los pagos a los productores.
- e) Gestión y desarrollo. El principal objetivo del área es la gestión de proyectos a mediano y largo plazo para promover el desarrollo integral de los miembros de la organización y obtener un mejor nivel de vida. Cuenta con dos líneas de crédito: recursos para anticipo de cosecha y recursos para acopio y comercialización.

A continuación se describen los tipos y técnicas de investigación utilizadas para recabar y organizar la información empírica, con el capítulo que inicia se cierra la parte teórica y metodológica de este estudio, para mostrar posteriormente los resultados de la investigación.

## Capítulo III

### Los medios para contrastar la teoría y la realidad: tipos y técnicas de investigación empleadas

El capítulo que inicia presenta una descripción de los tipos de investigación y las técnicas de recopilación de información, que fueron empleadas para desarrollar este trabajo; así como una breve descripción de la forma en cada tipo y técnica de investigación fue empleada en el caso que se estudia.

El contenido de este capítulo debe considerarse como compilación del orden como se llevaron a cabo las actividades durante el proceso de investigación, es decir, como una descripción del método empleado en este estudio, si se considera al método como “el procedimiento que aplica cierto orden racional o cierta pauta sistemática a distintos objetos. Cuando se usa con referencia a la ciencia, su significado varía desde el de la lógica abstracta o formal, aplicable a todas las proposiciones, hasta el de las técnicas que pueden ser peculiares a una ciencia en particular o incluso a un campo de ellas [...]” (Concepto citado por Garza, 2007:3).

Se organiza en dos grandes secciones y al interior de ellas se presenta información más específica del tema a que se refieren las secciones.

#### III.1. Tipos de investigación

Garza (2007: 11) define la investigación como “el proceso que procura obtener información relevante, fidedigna e imparcial, con el propósito de extender, verificar, corregir o aplicar conocimiento.” Y reflexiona que la investigación se diferencia de acuerdo a los propósitos, alcances, métodos, técnicas y fuentes. En este sentido, considera las siguientes clases de investigación: pura y aplicada; exploratoria, descriptiva, explicativa; experimental, analítica, sintética; documental y de campo; investigación acción; cuantitativa y cualitativa; primaria y

secundaria<sup>40</sup>. Lo cual, dado que existe conocimiento en todas las ciencias, conlleva a pensar que dentro del contexto de cada una existen formas específicas para abordar la investigación y generar conocimiento.

Es así que en las ciencias sociales la investigación puede abordarse, mínimamente, de tres formas distintas, en razón a su principal fuente de información; estas son: la investigación documental, la investigación experimental y la investigación de campo. De estos tres tipos de investigación, la documental es considerada como la base de todos los demás tipos de investigación, puesto que sus resultados sirven de sustento para corroborar, refutar o buscar más conocimiento respecto a un tema en particular; pero también, estos tipos de investigación, resultan complementarios unos de otros (Sáez, 2008).

En el desarrollo de la investigación que se describe en este documento, fueron utilizadas la investigación exploratoria, la investigación documental y la investigación de campo. La investigación exploratoria tiene por objeto familiarizar al investigador con la temática de estudio, apoyarlo en la selección, adecuación y perfeccionamiento de los recursos y procedimientos para una investigación posterior; la investigación documental ayuda al investigador a conocer lo que se ha escrito sobre determinado tema para así sustentar la búsqueda empírica de los datos que lo esclarezcan, éste tipo de investigación se caracteriza por el empleo de registros gráficos, sonoros, impresos, discos, bases electrónicas de datos, entre otros. Finalmente, la investigación de campo (trabajo de campo), es entendida como la experiencia de aprendizaje en la que el investigador recolecta datos particulares de su objeto de estudio, esta investigación asume las formas de la exploración y la observación del terreno, la entrevista, la observación participante y el experimento (Garza, 2007; Sáez, 2008).

La investigación exploratoria de acuerdo a Sáez (2008), no forma parte de las formas de investigación en las ciencias sociales, pero si se considera que en toda investigación debe haber un conocimiento previo de la temática en que se inserta el problema de investigación, ésta se convierte en esencial para enfocar la problemática y contextualizarla. Las formas

---

<sup>40</sup> Para una mejor explicación de cada clase de investigación, ver páginas 13 – 24 de la obra citada.

documental y de campo, siguiendo a (Garza, 2007), se presentan interrelacionadas para darse apoyo y ampliar la capacidad de observación del investigador, reducir al mínimo el peligro de duplicar la investigación, así como para efectos de planear el trabajo e interpretar la información recolectada.

En este contexto de complementariedades entre las formas de investigación es que se ha desarrollado el trabajo que se presenta en este documento, los resultados de ponerlas en práctica son los siguientes:

### **III.1.1 La investigación exploratoria**

La actividad cafetalera en México y particularmente en el Estado de Chiapas, resulta de singular importancia por el número de divisas que representa su dinámica comercial. Dicha actividad, a grandes rasgos, implica la siembra, el cuidado, la cosecha, el despulpado, el beneficio, el empaque, la venta y finalmente el consumo y; detrás de todos estos segmentos de lo que puede llamarse la cadena productiva del café, se involucran desde los productores hasta los consumidores del grano.

Dentro de este contexto inicial y sobrio, surgieron las preguntas preliminares que motivaron la investigación exploratoria: ¿sobre quien recae el beneficio de la dinámica comercial del café?, ¿cómo se organiza esta actividad?. El conocimiento preliminar respecto a la actividad cafetalera tenía como única referencia el hecho de que la siembra se llevaba a cabo en fincas, y con ese dato, en abril de 2009 se hizo una visita exploratoria a la finca más cercana, conocida de la capital del Estado de Chiapas (Tuxtla Gutiérrez): la finca Custepec, localizada en el municipio de Ángel Albino Corzo, Chiapas.

Durante la visita, las técnicas de investigación utilizadas fueron la observación y la entrevista. Los informantes fueron un trabajador de la finca y dos menores de edad. De esta visita, surgieron muchas más interrogantes respecto a la organización de la actividad cafetalera, y a los destinos que sus beneficios comerciales tienen. Estas empezaron a ser

respondidas mediante la revisión de bibliografía que respecto a aquella existe y estuvo a la mano. Se inició así la investigación documental.

### **III.1.2 La investigación documental**

Este tipo de investigación inició con la revisión de documentos electrónicos, sitios web como [www.comcafé.com](http://www.comcafé.com), [www.ico.net](http://www.ico.net) , [www.fao.org](http://www.fao.org); entre otros, para empezar a contextualizar la situación que la actividad cafetalera guarda a nivel internacional, nacional y local. De igual forma, se revisaron textos en físico y, ésta revisión directa de fuentes bibliográficas hizo posible el acercamiento a la obra que aclaró muchas de las dudas surgidas en la visita de exploración y contribuyó a la definición del objeto de estudio: *Los intersticios de la globalización, un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café* de M. Christine Renard (1999).

Esta revisión bibliográfica incluyó textos del acervo de la Biblioteca Jorge Bustamante de El Colegio de la Frontera Norte, de la Universidad Nacional Autónoma de México, El Colegio de México y en la etapa de construcción del marco teórico de la Geisel Library de la Universidad de California en San Diego. Como resultado de esta revisión, fue posible definir a los sujetos de estudio, situarlos en un espacio de análisis y contextualizar la problemática de investigación. Se consiguió también la información necesaria para elaborar el marco teórico que respalda las conclusiones de esta investigación y; para definir y elaborar los instrumentos de investigación que servirían en el trabajo de campo.

### **III.1.3 Investigación de campo**

Se realizó durante los meses de diciembre de 2009, enero y febrero de 2010 en las regiones cafetaleras en las montañas del norte, montañas de oriente y altos de Chiapas. Municipios de Palenque, Ocosingo, La Independencia, Tenejapa y Comitán de Domínguez; Chiapas. Se tuvo como sujetos de estudio a los pequeños productores de café, miembros de la organización de productores Tiemelonla Nich K'lum S. de .S. (TNK) en su papel de individuos que forman parte de una organización de la sociedad civil, que tiene como objetivo común la práctica de

una actividad productiva que genera ingresos; en el papel de miembros de una familia con necesidades específicas y de miembros de una comunidad con demandas sociales.

El contacto con los productores de esta organización se hizo a través de MÁS CAFÉ, S.A. de C.V. y el trabajo de campo se realizó en el marco de un proyecto de evaluación que a solicitud de Fair Trade y con la asesoría de SETEM (ONG de solidaridad internacional)<sup>41</sup>, se realizaba entre las organizaciones que forman parte de esta comercializadora.

Estas organizaciones son en suma cinco<sup>42</sup> y de entre ellas se seleccionó a TNK por un interés particular basado en las características de sus dirigentes<sup>43</sup> que se vio favorecido por la coincidencia de la calendarización de actividades de la comercializadora para el levantamiento de encuestas con los productores de la organización, con el período de trabajo de campo.

Dentro de este contexto, las actividades del trabajo de campo se coordinaron con las actividades de la comercializadora, desde la selección de las preguntas que se consideraron para integrar los cuestionarios, la asistencia a asambleas, talleres y visitas a comunidades. Los productores de la organización suman 624 y se organizan internamente en 50 comunidades; dada la amplitud de la población y lo corto del tiempo de trabajo de campo, se seleccionó como muestra, para aplicar los cuestionarios y realizar entrevistas, a los productores de una de las comunidades: Peña Limonar en el municipio de Ocosingo, a la cual pertenecen 21 productores<sup>44</sup>. Se tomo como criterio para esta selección la disposición de los productores y la facilidad de comunicación con los sujetos de estudio (los productores son indígenas y pocos hablan español).

---

<sup>41</sup> Surge en 1968 y centra su trabajo independiente en concienciar a la sociedad de las desigualdades Norte – Sur, denunciar causas y proover transformaciones sociales, individuales y colectivas, para conseguir un mundo más justo y saludable. <http://www.setem.org/>

<sup>42</sup> Kulaktik, S.de S.S., Tiemelonla Nich K'lum S. de S. S., Unión de pequeños productores de Café, S. de S.S., Juan Sabines Gutiérrez, S. de S.S. y Flor del Cafetal S. de S. S.

<sup>43</sup> Esta organización está liderada por religiosas.

<sup>44</sup> Tomado de los registros de MÁS CAFÉ S.A. de C.V.

## **III.2 Técnicas de Investigación (instrumentos en el trabajo de campo)**

Sáez (2008: 258-271) y Taylor & Bogdan, (1996) listan, respectivamente, como instrumentos trabajo de campo y como estrategias del método cualitativo al cuestionario, el diario de campo, las entrevistas (abiertas y estructuradas), la observación directa. Así como otros instrumentos como las entrevistas grupales, la consulta de documentos personales, la fotografía o los documentos públicos y registros oficiales.

La inclusión de estos últimos instrumentos, es llamada por Taylor & Bogdan (1996:133-151) un “descubrimiento de métodos”, el cual, según los mismo autores, es expresión de la creatividad e innovación del investigador. Estos elementos (creatividad e innovación) hacen posible la incorporación de nuevas técnicas de recopilación de datos para la investigación cualitativa.

De acuerdo a la experiencia en el trabajo de campo, a los elementos mencionados puede agregarse la “circunstancia” como elemento que propicie la incorporación de nuevas técnicas de recopilación de información en la investigación cualitativa; puesto que durante el desarrollo de aquél, además de utilizar el cuestionario, el diario de campo, las entrevistas, la observación directa, la fotografía, en la interacción con los sujetos de estudio se presentó la oportunidad de asistir a talleres que si bien, estaban dirigidos a los productores propiamente, las circunstancias los presentaron como una nueva fuente de información para la investigación que se describe.

### **III.2.1 La observación directa**

Se considera una actividad básica y la técnica por excelencia del trabajo de campo, consiste en la captación, registro y comunicación de un acontecimiento o algún tipo de información que pueda ser clave para comprender los factores que están presentes en el escenario que rodea al objeto de estudio. Esta técnica requiere involucrarse en ciertas actividades importantes para



obtener resultados positivos (Sáez, 2008; Guadarrama, 1999; Pick, Susan & López, Ana Luisa, 1995).

Esta técnica fue aplicada durante todo el trascurso de la práctica de campo. En las instalaciones de MÁS CAFÉ, S.A. de C.V., que eran frecuentadas por los productores, en las visitas a comunidades de los cafetaleros o las sedes de las organizaciones; desde el traslado hacia ellas, durante la estancia, en la interacción de los productores con sus compañeros de la organización y con el personal de la comercializadora, así como con los miembros de su comunidad.

### **III.2.2 Los cuestionarios**

El cuestionario es uno de los instrumentos más importantes para perfeccionar el poder de la observación, se compone de reactivos que proporcionan datos sobre una población determinada. Tiene por objeto definir los puntos pertinentes de la encuesta, procurar la respuesta a dichos puntos, uniformar la cantidad de información solicitada y recopilada (Sáez, 2008; Garza, 2007).

Los cuestionarios fueron aplicados a un 91 por ciento de la población, es decir, a 569 productores. Éstos contenían preguntas que consideraban los objetivos que esta investigación persigue, combinados con los objetivos del diagnóstico de necesidades que la comercializadora coordinaba entre sus organizaciones. Es importante señalar que las preguntas incluidas en los cuestionarios, y que servirían para esta investigación formaban parte del guión de entrevista que se diseñó para este trabajo, durante el proceso de elaboración de los instrumentos de recopilación de información entre octubre y diciembre de 2009 (ver Anexo 1) y fueron coincidentes con las formuladas por MÁS CAFÉ S.A. de C.V. para la realización de su diagnóstico.

De esta manera, las preguntas útiles para ambas investigaciones se presentaron organizadas en tres cuestionarios diferentes que tenían como objeto recabar información del individuo en su papel de productor, miembro de una familia, miembro de una comunidad y de

una organización; se mostraron con los nombres de “Cuestionario para el Diagnóstico de Necesidades A nivel productor, A nivel comunidad, y A nivel organización” (ver Anexo 3 )

### **III.2.3 Entrevistas a informantes clave**

Pick y López (1995), dicen de la entrevista que es una técnica que motiva la relación personal entre uno o más sujetos, en la cual uno de ellos, el entrevistado, posee determinada información que proporcionará a otro sujeto, el entrevistador. Por lo que puede decirse que, en la entrevista, esta relación personal directa entre sujetos, es motivada por la posesión y la necesidad de determinada información.

En la entrevista se da una especie de colaboración recíproca, en la medida que el entrevistado, motivado por el entrevistador, expresa el nivel de dominio o noción de un tema en específico, ya sea por vivencias o por la profundización del estudio de éste, da a conocer la su involucramiento en el tema y a la vez que ayuda al entrevistador a generar con su información, nuevo conocimiento, el entrevistado sabe de su importancia en el contexto de la investigación.

Bajo esa idea, durante el trabajo de campo se estableció contacto con personas cuyo modo de vida y experiencia profesional está relacionado con el sector cafetalero. Para realizar las entrevistas se consideraron a 12 de los 19 productores de la comunidad seleccionada como muestra, Peña Limonar, entre ellos el secretario de la organización TNK, el productor más viejo de la comunidad, dos productoras y nueve productores más.

Fuera del entorno comunitario, pero en relación directa con la actividad cafetalera en el Estado, en la actualidad como en el pasado, se seleccionaron como informantes clave al MSc. Walter López Báez de “Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias”, el Licenciado Pedro Roque de “Financiando el Desarrollo de Chiapas (FINDECH) - Coordinadora de pequeños productores de café en Chiapas (COOPCAFE)” y al

Biólogo Eleazar López- actual servidor público en Banmujer, Gobierno del Estado de Chiapas, pero anterior colaborador del INMECAFE.

Estos últimos brindaron información relacionada con las políticas públicas que en torno a la producción orgánica se han implementado en el estado de Chiapas, la organización de la actividad cafetalera entre las distintas organizaciones que integran el sector y la evolución de la actividad organizativa en el estado, respectivamente.

Los guiones de entrevista, para el caso de los productores, contenían preguntas similares a las consideradas en el cuestionario aplicado a la población (ver Anexo 1), se aplicó en este caso una entrevista estructurada. Para el caso de los servidores públicos se aplicó una entrevista abierta, que tuvo como pregunta inicial en todos los casos; ¿Cuál ha sido su experiencia en el sector cafetalero?

#### **III.2.4 Diario de campo**

Un diario de campo es el conjunto de notas que el investigador toma, para referenciar diversos asuntos en el transcurso de su trabajo. Puede contener datos sobre las entrevistas a las personas, el entorno observado, y cualquier ambiente distinto al cotidiano. Puede expresar las emociones del investigador, los problemas no previstos, las formas de relacionarse con las personas, las reflexiones del investigador; en general lo más significativo a los ojos del investigador. Lo más importante de este instrumento es perfilar las ideas (Sáez, 2008).

Desde la investigación exploratoria en abril de 2009, y posteriormente al inicio del trabajo de campo, en diciembre de 2009, se echo mano de esta técnica para concentrar las percepciones que derivadas de la observación surgieron durante las actividades que se realizaron en estos periodos. Las notas recabadas contienen datos referenciales de los sitios visitados, itinerario de viaje, características del entorno, singularidades de la situación vivida y en algunos casos, imágenes que describen el paisaje observado (ver Anexo 4).

### **III.2.5 Otras fuentes de recopilación de información**

#### **a) Fotografía**

Las imágenes que resultan del uso de una cámara fotográfica y las videocámaras, son una fuente de información efectiva si se considera que muestran detalles que podrían haber quedado olvidados y pasar como inadvertidos (Taylor & Bogdan, 1996: 147-148). Esto es así porque a través de las fotografías es posible fijar la vista en cada objeto que integra la imagen y descubrir algún elemento de importancia en el análisis del problema que se estudia.

El archivo fotográfico de esta investigación consta de 245 elementos, tres son video grabaciones y el resto fotografías que documentan desde la visita exploratoria que definió la problemática de estudio de este documento, hasta el trabajo en las comunidades visitadas, el entorno y caracterización del paisaje que fue escenario del trabajo de campo (en el Anexo 4 se muestra parte de este acervo).

#### **b) Talleres**

La aplicación de la técnica de entrevista en el desarrollo de esta investigación motivo una cercana interacción con los productores y los dirigentes de las organizaciones pertenecientes al sector cafetalero en Chiapas, y fue posible, gracias a ello, asistir a dos talleres que permitieron observar e interactuar con el objeto de estudio de esta tesis: los productores de café organizados. Estos fueron:

- a) “Adaptación al cambio climático para los pequeños productores”. Impartido durante los días 2 y 3 de febrero del 2010 en el Centro Cultural Rosario Castellanos, Comitán de Domínguez, Chiapas. Con una asistencia de aproximadamente 100 productores de Entidades Federativas como Veracruz, Puebla, Chiapas así como de Guatemala, Nicaragua, Costa Rica. Incluida una visita de campo a las parcelas de café de productores de la organización Juan Sabines, S.S.S. del municipio de La Independencia, Chiapas.

- b) ¿Cómo funciona mi organización? Impartido el día 18 de febrero de 2010 en la comunidad Pocolum, Tenejapa, Chiapas. Con una asistencia de 30 productores de la organización Kulaktik, S.de.S.S.

Ambos talleres fueron organizados por la Comercializadora MÁS CAFÉ, S.A. de C.V. quien fungió como vínculo para establecer contacto con los productores de la organización que se estudia en esta tesis.

### **III.3. Recapitulación**

El cuerpo de este segundo capítulo, es junto con el primer y segundo capítulo que abordan, respectivamente, el marco teórico y el marco contextual de la investigación, un referente para conocer la teoría y el instrumental metodológico en los que se apoya esta investigación.

La articulación lógica de los conceptos que se presentan en el capítulo I y los elementos contextuales del capítulo II, junto con la explotación de la información recabada mediante las técnicas que se describen en este capítulo; son instrumentos útiles para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas y para comprobar o desechar las hipótesis formuladas.

En el siguiente capítulo se presentan los resultados del uso de los tipos e instrumentos de investigación descritos en esta sección.

## Capítulo IV

### **La organización de productores y su impacto en la producción orgánica y el comercio justo.**

El objetivo central de este capítulo es evidenciar, por medio de la información recabada en trabajo de campo si, tal como se plantea en la hipótesis general de la investigación, la organización de productores de café desempeña un papel central para la práctica del cultivo orgánico y para el acceso al mercado de comercio justo, lo que permitiría por la interrelación de estrategias, estimular el desarrollo local.

Hasta mayo de 2009 COMCAFÉ<sup>45</sup> tenía registradas en su directorio a 109 organizaciones de productores de café distribuidos en el territorio chiapaneco; el 62 por ciento de éstas (68 organizaciones) clasificadas dentro del sistema de producción orgánica y el 38 por ciento (41 organizaciones) dentro del sistema de cultivo convencional.

En este 62% de las organizaciones inscritas en la modalidad de café orgánico, está registrada la agrupación que se toma como caso de estudio, Tiemelonla Nich K'lum, S. de S. S. Como se ha escrito en líneas anteriores, la muestra seleccionada para el análisis corresponde a productores socios de la organización TNK de la comunidad Peña Limonar en Ocosingo, Chiapas.

A continuación se presenta la síntesis de los hallazgos.

---

<sup>45</sup> Información tomada del Menú Directorio. [www.comcafe.gob.mx](http://www.comcafe.gob.mx)

#### IV.1. Los pequeños productores de café en Peña Limonar

Los pequeños productores de café que habitan en la comunidad Peña Limonar, y que son miembros de Tiemelonla Nich K'lum S. de S.S., representan escasamente el 2.5 por ciento de la población local, esto es, 21 personas de las cuales el 78 por ciento son hombres y el 22 por ciento mujeres que expresan que su estado civil es la unión libre, pertenecer a la etnia tzeltal y profesar la religión católica.

La edad promedio entre los productores son los 43 años y la media de descendientes por hogar es de tres hijos. Sólo un 56 por ciento de la muestra sabe leer y escribir, pero su nivel de estudios no rebasa el tercer grado de primaria. Este mismo porcentaje de individuos es el que habla español.

La principal actividad generadora de ingresos entre estos productores, es la venta de café. Cada uno de ellos cuenta con una superficie promedio de 22 hectáreas para uso agropecuario, y ésta es sembrada mayoritariamente con maíz, frijol y una superficie menor con café. Aunque este último grano sea sembrado en una superficie menor, es el único que se comercializa y por ello, de acuerdo a lo expresado por los productores entrevistados, *es el único que da ganancias* (productor 3, entrevista, 2010).

El 80 por ciento de los productores de Peña Limonar, siembra y comercializa café orgánico, y el 20 por ciento restante lo hace en la modalidad de transición. Esto es, “el café que se cosecha es producto de la regeneración de los cafetos mediante un tratamiento especial que *cura* la tierra de los fertilizantes que antes se utilizaban y la adapta a una nueva modalidad de cultivo” (productor 5, entrevista, 2010). Tal diferenciación en características del grano, implica también un diferencial de precios.

El café orgánico es mejor pagado por los compradores que el café en transición porque el proceso que lleva detrás el cultivo por orgánico, implica una inversión fuerte para renovar cafetales, producir abono, capacitar a los productores, preparar la parcela con árboles de sombra y otro tipo de tratamientos que el productor está dispuesto a practicar para que finalmente obtenga la certificación de su parcela.

#### IV.1.1 La práctica del cultivo orgánico

Aunque tengamos más trabajo ahora con el cultivo orgánico, no importa, porque nos pagan un poquito más de lo que nos pagaban antes, bueno, eso dicen pues los de la organización, pero sí yo creo que sí es cierto porque ahora el café se mira más bonito, antes estaba como triste el grano. Ahora, hasta la parcela se ve alegre de tan verde que está. Me gusta más trabajar ahora (Productor 5, entrevista, 2010).

Imagen 4.1 Parcela cultivada en forma convencional



Fuente: archivo personal

Imagen 4.2 Parcela cultivada orgánicamente



Fuente: archivo personal

Si se analiza el discurso del productor y las fotografías de las parcelas diferenciadas por el aspecto que presentan, es posible dimensionar el trabajo que lleva detrás esta tarea de preparar el terreno para iniciar la producción orgánicamente. Los cafetos de la parcela mostrada en la imagen 4.1 se aprecian sin vida, afectadas por el sol, con el suelo erosionado; por lo que para transformarla al aspecto que tiene la mostrada en la imagen 4.2 las actividades e insumos requeridos demandan de cierto conocimiento y nivel de inversión que difícilmente un productor individualmente podría tener y absorber.



Es así como el hecho de estar organizados en sociedades resulta determinante para formar un capital social, en términos monetarios y también de conocimientos que haga posible la práctica del cultivo con la calidad necesaria para alcanzar la certificación que inserte a los productores en el mercado orgánico para empezar a disfrutar de las ventajas que éste ofrece en términos monetarios, de salud y medioambientales.

La incorporación de los productores a las prácticas de cultivo orgánico demanda la suma de esfuerzos para reunir el capital suficiente para solicitar y pagar la certificación que avale la calidad de su café e incorporarse al mercado. El proceso de cultivo y preparación del café para luego comercializarlo requiere de técnicas –herramientas y habilidades específicas que deben formar parte de las características de los productores socios de la organización.

Para el éxito del cultivo del café orgánico los factores a considerar son el entorno, el clima, la temperatura, la lluvia, la luz y el perfil del suelo, además de la disponibilidad de herramientas y conocimiento del manejo del proceso. Esto amerita la organización y realización de actividades como el arroje o cobertura del suelo para protegerlo, la poda y la deshija para manejar el crecimiento del cafeto, la siembra de árboles que den sombra para el control de la luz y la temperatura y, la producción de abonos orgánicos para la nutrición de la tierra de cultivo<sup>46</sup>.

La inserción y permanencia de la organización de productores dentro del mercado de café orgánico depende de la precisión con que se lleven a cabo las actividades del proceso. Por lo que TNK, se asegura de proporcionar a los productores la capacitación necesaria para su involucramiento en las prácticas de cultivo, así como de proveer del herramental e instalaciones idóneas a sus socios.

---

<sup>46</sup> Tomado del manual técnico de buenas prácticas de cultivo en café orgánico (dirigido a profesionales).  
[www.oirsa.org](http://www.oirsa.org)

En este sentido, los socios asisten a talleres y cursos de capacitación sobre el manejo de sus plantaciones, son beneficiarios de proyectos que los dotan de herramientas, les designan patios de secado o que contribuyen a la mejora de la bodega de la organización. Por poner un ejemplo de la cobertura de los beneficios de los proyectos de la organización, vale decir que 94 por ciento de los productores de la comunidad cuentan con una despulpadora, tanque de fermentación, patio de secado, carretillas y otras herramientas de labranza como las mostradas en las imágenes 4.3, 4.4 y 4.5.

Imagen 4.3 Para producir y comercializar café orgánico



Fuente: archivo personal

Los problemas más frecuentes que los productores de la comunidad experimentan en relación a su cultivo, son del tipo técnico y ambiental. Los principales están relacionados con las plagas y enfermedades que atacan al cafeto, con los rendimientos del cultivo, y con la falta de asistencia técnica. Pero además, ahora se anexa a la lista el cambio climático, factor que

está incidiendo en la productividad de los cafetos, la calidad del grano y los ingresos de los productores.

El clima ha estado cambiando, vea, ahora está lloviendo en este tiempo y antes era la época para secar el café. Se nos moja todo y nos queda con “mancha”, así se desperdicia mucho, no podemos vender todo porque no todo se seca bien [...] (Productor 7, entrevista, 2010)

Esta problemática presente en el proceso de cultivo difícilmente podría ser atendida por un productor de manera individual, pues se trata de cuestiones específicas que ameritan conocimiento y experiencia en el caso de la capacitación técnica y problemas generalizados que no pueden ser controlados por el hombre en el caso de los relacionados con aspectos naturales. Siendo parte de la organización los productores han buscado soluciones de gran escala que beneficien al conjunto, haciendo uso del capital social monetario de la propia organización, y el apoyo de instituciones gubernamentales y estatales como la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación –SAGARPA-, y COMCAFÉ.

Ejemplo de esta solución a gran escala que se ha dado gracias a la existencia de fondos sociales, es la instalación de un laboratorio para crear artificialmente un hongo que combata las plagas que atacan al cafeto, como la que dañó la producción en 1997. Y en el caso de acciones en otras organizaciones, la construcción de invernaderos para secar el café, ante la presencia de lluvias atemporales que afectan el proceso de secado del grano, como lo han hecho los productores de la organización Juan Sabinés en el municipio de la Independencia Chiapas<sup>47</sup> (ver imagen 4.4).

---

<sup>47</sup> Experiencia en trabajo de campo a partir de la asistencia al taller “Adaptación al cambio climático para pequeños productores” en febrero de 2010.

Imagen 4.4 Sistema de invernadero en la cafecultura



Fuente: archivo personal

Este tipo de actividades reflejan como el capital social en su perspectiva utilitarista que sostienen autores como Jacobs y Coleman<sup>48</sup> (citados por Meado y Pennington, 2007); sirve como una herramienta que permite a los individuos que forman un grupo, actuar dentro de un contexto que se concibe complejo para la actuación individual. Los resultados de la actuación repercuten en todos los miembros y éstos dependerán de la capacidad de los individuos para adaptar sus acciones a lo que el entorno demanda.

La información que se ha presentado en este apartado muestra que el cultivo del café mediante técnicas orgánicas implica un trabajo que rebasa las capacidades individuales, puesto que no sólo implica la realización de tareas de plantación doméstica como la limpieza del terreno, el arado de la tierra y la siembra de la semilla; en la modalidad orgánica estas mismas tareas van acompañadas de especificaciones técnicas que los productores deben aprender de otras personas que se han especializado en esa técnica de cultivo, así mismo, se requieren insumos para preparar la parcela que no son de acceso fácil para los pequeños productores.

En resumen, la asociación de los productores es, en mi perspectiva, y de acuerdo a lo observado y recopilado en trabajo de campo, el medio más adecuado por el que los pequeños productores pueden acceder a estos sistemas de cultivo, siempre y cuando busquen que su

---

<sup>48</sup> La discusión de las perspectivas se presentan en el capítulo 1 de este trabajo en la sección I.1.2.

producto sea destinado al intercambio. Pues los sistemas comerciales dentro de los que se intercambian estos productos especializados implican el desembolso de elevados montos de capital por los trámites y exigencias que ameritan; capital que de manera individual un pequeño productor no alcanza a completar.

En este sentido, la alternativa de producir café orgánico para hacer frente a los problemas que la globalización trajo en los sectores más vulnerables de los países en desarrollo: desempleo, pobreza; es eficaz pero sólo si el individuo busca adherirse a un grupo que comparta con él la problemática, para que se vuelva su bandera de acción y convencidos del éxito que puedan alcanzar de manera colectiva, se mantengan en el proceso de trabajar, a pesar de los obstáculos, primeramente para obtener la certificación, y posteriormente para preservarla.

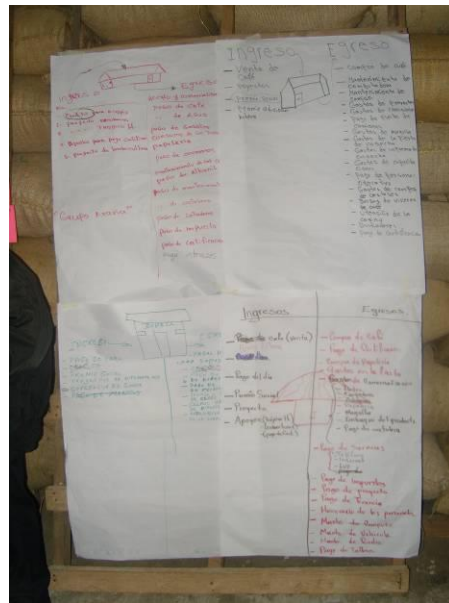
#### **IV.2. El comercio justo como forma alternativa de comercialización**

Cosa aparte del proceso de producción, es la comercialización del café en la percepción de los pequeños productores. En el primer caso se percibe una importante inserción del productor en la dinámica que implica el cultivo orgánico, lo que no ocurre con el comercio justo, es decir, el pequeño productor no se concibe parte del proceso de comercialización.

Las tareas que la organización planea para presentar a los productores las características del modelo comercial en el que venden su café, son a primera mano los talleres, las visitas que en ocasiones algunos productores han hecho a los compradores en Europa, donde han convivido con miembros de las organizaciones que compran su café y seguramente entendido las ventajas de tratar con los consumidores directos; además de las visitas que también realizan los compradores – consumidores, auditores, miembros de las instituciones que forman parte del sistema de comercio justo, a las comunidades, con diversos objetos como el de instruir a los socios de las organizaciones sobre actualizaciones financieras o monetarias del esquema de trabajo del comercio justo, entre otros (ver imagen 4.5).

Vinieron la otra vez de lejos a decirnos que ellos nos compraban el café, que nos pagaban mejor precio que el coyote y nos daban un “piloncito” para que nos alcanzara para vivir mejor, pero la mera verdad, no veo que me alcance para vivir así como dijeron (Productor 2, entrevista, 2010).

Imagen 4.5 Talleres de familiarización con las tareas del comercio justo



Nota: en las fotos se observa la presencia del instructor (con la mano alzada), quien es de nacionalidad extranjera y hacía una estancia para la realización de un diagnóstico de necesidades de las organizaciones adscritas a MÁS CAFÉ, S.A.deC.V. Gabriel Delgado de Setem, Cataluña.

Fuente: archivo personal

Este tipo de formas de insertar al productor a la dinámica de comercio justo para concientizar sus ventajas, en las que se da una interacción entre proveedor-consumidor; es una importante manera de que el productor se apropie de los preceptos de comercio justo, pues tendrá cerca al destinatario de su trabajo, dimensionará y concientizará la importancia de su

papel en la cadena de esfuerzos y actividades que amerita el cultivo y comercialización del café.

La frecuencia de este tipo de interacción fomenta el sentido de pertenencia e inclusión, que de acuerdo a Bebbington (2005) le facilita a los individuos el acceso a otros recursos que puedan influir en mejorar su situación. El capital social de escalera, es una alternativa que los productores de café tienen, han sabido utilizarlo y deberán mejorar en las reglas de interacción; a través de la convivencia con organizaciones de la sociedad civil en los países consumidores es posible vislumbrar nuevos proyectos que ayuden, por ejemplo, a mantener cautivo a ese mercado, o a posibilitar el aumento de los precios si pudiera ofrecerse una mayor calidad en el producto.

Interactuar con los consumidores directamente contribuye en la identificación de sus gustos y se me ocurre que los pequeños productores, conociendo a detalle el proceso de cultivo orgánico, hicieran cruza de cafetos para lograr un injerto que satisfaga un gusto más exquisito o al menos más particularizado. Lo que podría considerarse como la formación de micro nichos de mercado, asociados a la transnacionalización de las relaciones entre la sociedad civil.

Los productores de Peña Limonar, no están en general familiarizados con los preceptos de comercio justo, pero indudablemente asocian el concepto con los problemas de intermediación y precios que los productores han experimentado en la historia de su actividad y lo reconocen como la dinámica de venta de su producto a través de la cual ellos pueden vender todo su café y a un buen precio.

Ya no tenemos problemas con “coyotes”, aunque a veces sí tratemos con ellos para vender el café que no acepta la organización. Ya no nos enojamos porque aunque le vendamos a otro precio que no nos parezca (al coyote), nos recuperamos aunque sea un poquito con el que nos paga la organización [...] (Productor 5, entrevista, 2010).

De acuerdo a los lineamientos del comercio justo, el precio que los productores reciben por la venta de su café debe cubrir los gastos medios de su operación y ser superior al precio

que se maneja en el mercado convencional; garantizar el desarrollo económico, social, económico y medio ambiental de los productores. Sin embargo, aunque se observa que las condiciones de vida de los productores son buenas en comparación con las personas que no están dentro de esta actividad, ellos consideran que los precios no son suficientes para satisfacer sus necesidades.

No es mucha la diferencia, pero al menos sabemos que el café se va a vender. Con el coyote nos pagan a 26 pesos el kilo de café y en la organización como a 28 pesos. La diferencia es poca, pero vendemos a la organización porque hacemos el trato pues y hay que cumplirlo. (Productor 6, entrevista, 2010)

Hay diversidad de opiniones respecto a las necesidades básicas de cada productor, algunos dicen que es la alimentación, otros la escuela de sus hijos y otros consideran que es primordial arreglar su casa o comprar herramienta para su trabajo. Para cubrir alguna de estas necesidades, el precio de comercio justo, debería ser suficiente.

Pues lo que me dan por el café luego, luego lo gasto, compro algunas herramientas y compro comida [...] pero sí es poco, casi no me alcanza para que todos mis hijos vayan a la escuela (Productor 7, entrevista, 2010).

Los productores saben que en el comercio justo, se les da una prima adicional a la cantidad que reciben por la venta de su café, lo perciben como un ingreso pero un ingreso que es del grupo y que se puede distribuir en usos diversos como los gastos administrativos, el pago de la certificación, la fiesta de la cosecha entre otros destinos. Si bien es cierto que este pago debe, de acuerdo a los preceptos del comercio justo, destinarse a mejoras sociales y productivas, para el caso que nos ocupa, se aprecia que el uso de la prima es en mayor medida para la atención de aspectos relacionados con el procedimiento de producción orgánica, es decir, para fines productivos antes que sociales.

El papel que el productor presenta dentro de la organización en términos de comercio justo, es el de receptor, no se involucra en las negociaciones. Sólo sabe que debe vender a la organización su café y que por él le pagarán un precio. El cual a veces resulta ser más bajo que el que paga el coyote. Sólo se involucran en las tareas de comercialización las que laboran en



el área de ventas de la organización y los directivos por supuesto. Tal distancia mostrada por los productores para con la forma de comercialización, intuyo que, entre otras cosas se debe a que los productores de la comunidad no tienen mayor nivel de estudio que el tercer grado de primaria, lo cual le representa una limitante en habilidades contables y administrativas que en ocasiones, atiende la propia organización; proporcionándole cursos que traten sobre el manejo del ingreso, entre otras cosas.

De esta forma, desde la perspectiva del mercado de comercio justo, la organización se percibe como medio para tener acceso a este mercado, como el actor que se encarga de comercializar el producto pero no como el medio para promover el desarrollo, pues su intervención se limita a permitir la entrada al mercado.

### **IV.3 Recapitulación**

A fin de tener una conclusión del papel que juega la organización de productores en el cultivo de café orgánico y el comercio justo para impulsar el desarrollo puede considerarse que la organización de productores tiene un papel diferenciado y complementario en la promoción del desarrollo. Por un lado lo impulsa con la inclusión de los productores en las tareas del proceso de producción orgánica, lo involucra y le permite expresar sus demandas, gestionar y trabajar para alcanzar los objetivos. Por el otro lo impulsa por ser el medio por el cual el ingreso llega a los productores, tiene el papel de facilitador, para que ellos lo distribuyan en sus necesidades más próximas que lo enriquezcan como ser humano, es decir, que lo destine a usos que busquen reducir la pobreza, una de las limitantes al desarrollo.

Este papel diferenciado no afecta el rol que desempeña la organización en el estímulo del desarrollo local, pues en los contextos orgánicos y comercio justo, por separado, la organización de productores funge como un medio para llevar a cabo las actividades de cada mercado alternativo. Y en un plano conjunto, la organización de productores es un requisito para ingresar a estos mercados cuyos preceptos podrían considerarse como promotores de un desarrollo integral pues consideran beneficios económicos, sociales y medioambientales. De esta manera es posible tener un acercamiento a lo que se plantea como hipótesis general de la investigación.

## **Capítulo V**

### **El impacto de la organización de productores en la calidad de vida y el desarrollo local**

Como continuación del relato de los hallazgos, este capítulo tiene por objetivo central evidenciar por medio de la información recabada en trabajo de campo si, tal como se plantea en la hipótesis secundaria de la investigación, la organización de productores ha propiciado beneficios económicos y beneficios sociales que elevan la calidad de vida de los productores como: mejores condiciones de comercialización, mejor pago monetario, fomento de la comunicación entre productores para llegar a acuerdos colectivos, mejores condiciones ambientales para el entorno; los cuales pueden verse como una manifestación del desarrollo local.

La información se ordena en tres apartados que describen los efectos que la organización TNK, ha tenido en el ámbito económico, en el social – comunitario y en el individual; finalizando con una recapitulación de los principales hallazgos. A continuación la síntesis y discusión de los resultados.

#### **V.1 El impacto económico**

El disfrute de los servicios económicos es una de las libertades que Amartya Sen (2000), antepone al logro del desarrollo local, estos servicios son vistos como un derecho del individuo que le permiten, a través la acertada distribución de su ingreso, mejorar su calidad de vida. Dentro de la organización TNK, los impactos económicos ocurren a partir de aumentos en la productividad, de incremento del número de compradores, de incorporación de socios o de la capacitación de los socios para formarlos expertos en producción o comercialización.

Todos estos factores son determinantes de cambios en los niveles de ingreso de la organización y de los mismos productores; puesto que el hecho de cosechar más o de

encontrar más compradores para el producto, incrementa el ingreso derivado de la venta del café. En el contexto de la actividad cafetalera, esta libertad de disfrutar los servicios económicos es promovida por la organización cuando realiza sus actividades de promoción a los productos o los cursos de capacitación para mejorar la producción; porque aunque los resultados no sean a corto plazo, se está preparando al capital humano para que los beneficios lleguen en el largo plazo.

Las estrategias implementadas por la organización TNK con sus socios de Peña Limonar para promover el impacto económico en la comunidad, es extensivo a todas las comunidades cafetaleras, pues están definidas para la organización en su conjunto, y no para las comunidades en específico. Sin embargo, de manera particular los productores de TNK de esa comunidad, expresan que la organización les ha acercado a cursos de capacitación para mejorar sus técnicas de cultivo y eso ha tenido repercusión positiva en la comercialización del producto, que les ha instruido transmitir sus conocimientos técnicos a otros miembros que no han tomado los cursos, con la finalidad de crear una base técnica dentro de la comunidad, que los auxilie cuando se enfrenten a problemas durante el proceso de cultivo.

Todas estas actividades promovidas por TNK entre sus socios son un medio para promover beneficios económicos, pues tienen como efecto el aumento del ingreso de los productores. Un beneficio económico, para alguno de ellos significa “que te den buen dinero por el café” (Productor 8, entrevista, 2010), lo que considerando a Sen, significa tener el recurso necesario para erradicar la pobreza y dar paso al desarrollo.

De esta manera, la organización de productores a través de la distribución de sus tareas de capacitación, mercadotecnia y ventas, promueve, sino el desarrollo local de manera directa, sí un incremento del ingreso que el productor puede agradecer para hacer mejoras que le permitan vivir mejor y mejorar su calidad de vida.

Respecto al destino de los ingresos de los productores, la organización no muestra injerencia en la toma de decisiones por parte de los productores. Ellos deciden qué es lo que harán con su ingreso, una vez que hayan aportado la cuota social a la organización. Mencionan los productores de Peña Limonar que los usos más frecuentes de su ingreso son la compra de

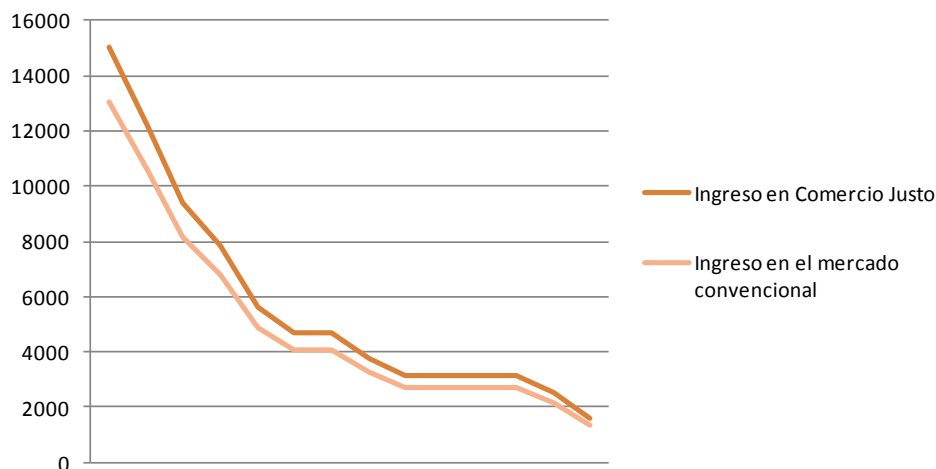
alimentos, el envío de los niños a la escuela y el arreglo de sus casas, “cambiar el techo de cartón por uno de lámina”.

Cuando empecé a sembrar café me fue mejor, hice mi piso de cemento y cambié mi techo. Era de cartón y ahora es de lámina. Eso fue lo primero que hice cuando recibí mi pago [...] (Productor 5, entrevista, 2010).

Los productores de Peña Limonar, por la venta de su café reciben un pago que ha sido fijado de acuerdo a los lineamientos del comercio justo, pactando entre el comprador y el vendedor la cantidad que se recibirá por el café; en una situación similar de negociación es como pactan los créditos para la cosecha que Fair Trade otorga a los pequeños productores cuando ellos lo solicitan.

El pago se conforma de tres elementos: un precio mínimo fijo, una prima por cultivo de café orgánico (0.2 US\$) y la prima de comercio justo (0.1US\$). El precio mínimo tiene que ser mayor que el que se cotiza en la bolsa de valores, y de ser mayor éste último, es tomado como base para sumar las primas y tener un precio final. El diferencial de precios que se da con la comparación de las cantidades que los productores reciben en ambos mercados, es de entre 13 y 15 por ciento del precio recibido en Fair Trade (ver gráfica 5.1). Sin embargo, parece no ser suficiente para resolver las necesidades de los pequeños productores; ellos consideran necesaria la reconsideración de este pago.

**Gráfico 5.1 Diferenciación entre el precio pagado al productor en Fair Trade y en el mercado convencional , agosto 2010**



Nota: los precios están fijados en dólares a un tipo de cambio de 12.97. Aplicando al precio del café en el mercado internacional registrado el 27 de agosto de 2010, 196.90 /lb; las primas de 0.2 por café orgánico y la prima Fair Trade de 0.1.

Fuente: Elaboración propia con información del padrón de productores TNK 2007-2008, usando datos de kilogramos de café cosechados y realizando las conversiones necesarias.

Durante la asamblea del 28 de enero de 2010, los delegados manifestaron su interés por gestionar un incremento del precio que la organización les paga por la venta de su café. Uno de ellos dice:

Los precios están bajos, ahora la organización paga a \$28 pesos el kilo de café y el coyotero a \$25 o \$26 pesos. Y me dijeron que parecía que estaban pagando más [...] (productor 9, entrevista,2010).

De acuerdo con el cuadro 5.1, las cantidades totales que reciben los productores por su venta de café no son mínimas, depende, claro, de los niveles de producción que se hayan registrado luego de

levantar la cosecha, y de otros factores que no están a la mano para ser analizados<sup>49</sup>; pero de manera general, la mayoría de éstos capta una cantidad considerable de dinero que le permite vivir holgadamente durante los doce meses del año. Con una asignación mensual decorosa.

Los productores de Peña Limonar comunicaron que su actividad única es la cafecultura, lo cual no sería sorprendente si todos los productores registraran niveles de ingreso similares, al menos, al productor número 4; quien recibe poco más de cien mil pesos por la venta de 3mil 453 kilogramos de café, que le permite presupuestar un gasto mensual aproximado de 8 mil quinientos pesos; suficientes para vivir desahogadamente en el contexto de su comunidad.

**Cuadro 5.1 Ingreso de los productores de Peña Limonar, TNK; por la cosecha 2007-2008**

Productores	Con primas fair trade (en pesos)	Distribución mensual aproximada	Cantidad cosechada (kg)
1	194899	16242	6630
2	158355	13196	5387
3	121812	10151	4144
4	101510	8459	3453
5	73087	6091	2486
6	60906	5075	2072
7	60906	5075	2072
8	48725	4060	1658
9	40604	3384	1381
10	40604	3384	1381
11	40604	3384	1381
12	40604	3384	1381
13	32483	2707	1105
14	20302	1692	691

Nota: los datos que se presentan fueron calculados como dólar/Lb,

después se realizó la conversión tomando el tipo de cambio de 12.95.

Fuente: Elaboración propia con información del padrón de productores

TNK 2007-2008.

<sup>49</sup> Como los criterios en detalle para definir el precio mínimo por ejemplo.

Sin embargo, existen otros productores como los registrados con los números del ocho al catorce, quienes difícilmente podrían mantener a una familia con tres hijos, como es el estándar en la comunidad, sólo con el ingreso que les genera la venta del café, así que presumiblemente la familia de este productor podría realizar actividades complementarias para obtener dinero. Se cuentan en la comunidad con pequeñísimas tiendas de abarrotes así como también algunas personas elaboran artesanías.

La presencia dentro de la organización de productores con ingresos tan diferenciados, llama la atención para preguntarse que si sus ingresos no son suficientes, como lo han manifestado en repetidas ocasiones, cuáles son los incentivos que los mantienen dentro de la organización. En un primer momento, puede considerarse que es el hecho de tener ya un mercado definido, que le asegura la compra del producto total.

Nosotros sabemos que la paga está segura, se tardan un poco pero pues, al menos sabes que la vas a recibir y puedes esperarte [...] (productor 10, entrevista, 2010)

Los beneficios económicos, además de expresarse a través de la distribución del ingreso, pueden difundirse o hacerse presentes por medio de las actividades que la organización realice con sus socios, y que tengan por objeto dotarlos de capacidades para producir y habilidades para comercializar. Esto es así porque, aunque la actividad no le esté generando utilidades en el presente, sabe que si preservan las habilidades y se concentran a expertos dentro de su organización, en el futuro podrían suscitarse mejoras en la productividad y en los mecanismos de comercialización.

## **V.2 Impacto Comunitario**

Las oportunidades sociales o servicios que ofrece una sociedad para la mejora personal de los individuos que la conforman son requisito inamovible para alcanzar el desarrollo en el sentido de Sen (2000), ya que el individuo no podría gozar de otras libertades si en su vida carece de ésta. La educación, la salud, los servicios públicos, el derecho a vivienda digna son algunos de los aspectos que

involucran estas oportunidades, cuyo disfrute en su mayor parte, depende de la provisión que te asigne el estado y en otra medida del alcance de las gestiones que se realicen para atribuirte su disfrute.

Los funcionarios que tienen a su cargo la dotación de las oportunidades sociales, identifican a la organización como un hábil gestor de apoyos gubernamentales, que aprovecha los vínculos que ha creado con el tiempo gracias a que siempre actúa en conjunto y con miras a la convivencia y cohesión. Estos vínculos constituyen el capital social de la organización, y pueden ser junto con otros factores, uno de los secretos del éxito de la gestión de los apoyos por parte de ellas.

Estos preceptos de acción colectiva y capital social, que manejan las organizaciones, son valoradas por los servidores públicos involucrados en el trato con grupos de la sociedad civil, puesto que la dinámica de trabajo de las organizaciones les resulta atractiva para alcanzar ciertos fines de cobertura de sus programas operativos.

La congregación de los pequeños productores en organizaciones es una ventaja para los que diseñamos programas de fomento o hacemos evaluaciones; puesto que así nos permiten ampliar la cobertura y asegurarnos de que el beneficio les llegue a los productores y lo exploten de la manera correcta, porque también es más fácil establecer controles de resultados a partir de una organización que de más de 600 personas dispersas (Baez, entrevista, 2010).

Los productores de la comunidad Peña Limonar, mencionan que reciben apoyos de dependencias como SAGARPA y SEDESOL, a través de programas como PROCAMPO y OPORTUNIDADES, sin embargo el acceso a estos programas no fue por gestiones de la organización, caso contrario de “un programa que es operado por Fair Trade que tiene como objetivo brindar apoyo para la producción”<sup>50</sup> (productor 10, entrevista, 2010).

En este sentido, las ventajas de actuar colectivamente se ven reflejadas también en acciones que tendrán repercusiones colectivas, el caso de los programas es uno de los ejemplos que en trabajo de campo se identificaron de la gestión directa, por parte de la organización, de beneficios sociales comunitarios, a la par de aquellos proyectos que por motivación económica tienen efectos benéficos en la comunidad y el entorno, como el caso de

---

<sup>50</sup> El delegado no recordó el nombre en la entrevista.



la preparación del terreno con árboles de sobra para cultivar orgánicamente, lo cual permite una mejora en los ciclos biológicos y el entorno de la naturaleza característica de la comunidad.

La prima social que puede ser destinada a obras de beneficio comunitario, o a aquellas que mejoren los procesos productivos, es el medio obligado por el que la organización debe tener contacto con la comunidad. Y aunque lo tiene, ésta utiliza la prima más para mejoras en los procesos de cultivo que en otro tipo de obras de beneficio social como podría ser la gestión de la construcción de un mercado local que tanta falta hace para evitar el traslado de los productores a la ciudad, para el abastecimiento de bienes básicos.

En la actuación de TNK, se vislumbra la preeminencia por perseguir el objetivo económico, y como efecto de éste promover beneficios sociales que afectan al individuo y su familia o a la comunidad. Si bien esta afirmación se hizo derivada de la forma del discurso de los productores al momento de hacer las entrevistas, puede corroborarse esta afirmación si se revisan las respuestas dadas por los productores al momento de preguntar por las principales demandas para la organización. Éstos anotaron la programación de cursos o talleres para saber la fecha de tumba de plantas viejas y siembra de nuevas, lo que también refleja la percepción que el productor tiene de la organización: es la organización un medio para mejorar la producción, la actividad productiva, pero no un interventor para gestionar beneficios que vayan más allá de los beneficios productivos.

Esto muestra entonces que los beneficios sociales que se identifican en la familia del productor de TNK: vivienda habitable, dotación de servicios básicos y posesión de electrodomésticos y, en el entorno general: mejora en el paisaje, dotación de árboles frutales, entre otros; son efecto de una transformación de los beneficios económicos, que han sido promovidos por la organización, en beneficios sociales propiciados por ella misma como parte de las prácticas necesarias para mantenerse dentro de los mercados orgánicos y del comercio justo.

En el plano individual, la organización de productores impacta al productor en la medida que ésta trabaje para conseguir beneficios económicos que se reflejen en un incremento de los ingresos del productor. Para que, de esta forma, el productor como

individuo que recibe un ingreso, lo distribuya eficientemente para propiciar una mejora en su calidad de vida.

### **V.3 Impacto en el ámbito individual**

La participación de los productores en la organización TNK ha impactado en mejoras de su calidad de vida, a partir de lo que Sen concibe como el disfrute de la libertad política del individuo: el derecho a expresarse, demandar la atención de asuntos individuales, criticar y votar para elegir a sus representantes. Pues al actuar dentro de una colectividad, el uso de estas libertades es imprescindible para mantenerse activo y en contacto con las demandas y objetivos comunes.

Los pequeños productores de café que pertenecen a TNK manifiestan que su adhesión a la organización ha obedecido a razones comerciales, puesto que antes de estar dentro de ésta, la venta de su café no estaba segura y además era mal pagada.

Me metí a la organización porque veía que a otros productores, de aquí de la comunidad, les iba mejor. El precio que les pagaban era más alto que el que el coyotero me pagaba”  
(Productor 2, 2010)

Esta decisión de asociarse autónomamente y con miras a un objetivo que también es común a otros; es una manifestación de lo que Melucci considera imprescindible para iniciarse en la acción colectiva: se ha presentado una necesidad que es individual pero que está presente en otras muchas personas que comparten una actividad, un entorno y, al encontrarse, deciden juntarse para trabajar en pro de la satisfacción de esas necesidades u objetivos comunes. En ese sentido, el individuo está disfrutando de su libertad de asociación.

También los pequeños productores de café de TNK participan de manera democrática en las asambleas dentro de su organización, de esta manera ponen de manifiesto sus opiniones sin restricción y conocen de las actividades que la organización realiza, tienen conocimiento de los ingresos y gastos que ésta tiene, así como el destino de su producción.

De acuerdo a los resultados de las encuestas levantadas, 95 por ciento de la muestra manifestó estar satisfecho con su organización porque le permite expresarse y lo mantiene al tanto de las actividades que se realizan, además de proveerles cursos interesantes que les ayudan a mejorar su producción. Con respecto a este comentario, me permito comentar que mucha de la información que se les da a los productores es irrelevante para el eje de análisis que aquél maneja, se trata de fechas próximas de reunión y de talleres programados, más no se evidencia en ningún sitio, ni en ningún documento que este hecho cobre importancia para promoción del desarrollo.

Esta forma de comunicación entre los dirigentes de la organización y los socios, muestra que dentro de TNK, los productores gozan también de las garantías de transparencia, que influyen en el grado de confianza que muestran los individuos en su convivencia con la sociedad y entre ellos mismos: la divulgación de la información y la corrupción económica de las empresas e instituciones (Sen, 2000).

Este grado de confianza o disfrute de las garantías de transparencia es también motivado igual y quizá más fuertemente por la identidad étnica que los productores de TNK comparten, como lo apunta Barth (1976) y se menciona en el capítulo I, la identidad étnica implica una afirmación del *nosotros* frente a los *otros*, es decir, que cuando un grupo o una persona se definen como tales, lo hacen como medio de diferenciación en relación con algún grupo o persona a la cual se enfrentan. Y en esa afirmación del nosotros frente a los otros, quienes son el “nosotros” se vinculan por lazos de confianza que los distinguirán de los “otros” en la lucha por alcanzar los objetivos afines.

Así es como la organización de productores pudiera ser un medio para que el individuo mejore algunos aspectos que influyan en su calidad de vida, en la medida que con sus acciones y formas de participación está promoviendo las libertades que se consideran básicas para considerar que se puede alcanzar un desarrollo con “libertad”.

#### **V.4. Recapitulación**

Los beneficios económicos y sociales que la organización de productores busca promover entre sus socios, son indicadores para medir los cambios en la calidad de vida de los individuos, y su aparición como parte de las prácticas de un grupo, como lo es la organización de productores; son manifestación de un desarrollo local en la medida que ambos tipos de beneficio producen cambios sustanciales en los individuos, su familia y su comunidad.

Como se pudo notar a lo largo del capítulo, existe una fuerte dependencia de los beneficios sociales a los beneficios económicos, pues en la medida que las acciones de la organización impacten económicamente a los socios, sobre todo en el ingreso; los beneficios sociales podrían comenzar a aparecer en alguno de los ámbitos en que se desempeñe el individuo.

De esta manera, el disfrute de beneficios económicos y beneficios sociales dentro de la organización podría estar condicionado a la ejecución de tareas por parte de la organización de productores. Las cuales tendrían por objetivo inicial la obtención del ingreso que permita verter, sobre el territorio de los productores, los beneficios sociales posibles para contribuyeran en alguna medida a mejorar su calidad de vida y hablar de un desarrollo local con sentido humano.

## Conclusiones

### **Esfuerzos reunidos para el desarrollo local: aportes y limitaciones de la organización de productores a la mejora de la calidad de vida, dentro de los mercados alternativos orgánico y de comercio justo**

Esta última sección del documento concentra las conclusiones resultantes del trabajo de investigación, cuyo objetivo ha sido resaltar la importancia que la organización de productores tiene en el impulso del cultivo de café orgánico y las prácticas de comercio justo, así como en la promoción del desarrollo local.

En concordancia con los elementos teóricos considerados en este trabajo, las reflexiones se hicieron a la luz de los preceptos de las teorías sobre capital social y acción colectiva pero enfatizando en el concepto de desarrollo regional – local propuesto por Sergio Boisier así como en los preceptos de Amartya Sen referentes al desarrollo como “libertad”.

De acuerdo al concepto que Sergio Boisier maneja de desarrollo regional, la sociedad civil se ha constituido en un elemento precursor de los cambios que se necesitan en el territorio para promover el desarrollo. Si se ubica el contexto dentro del que se aborda el problema de investigación, el sector cafetalero; es posible visualizar la necesidad de cambios importantes en aspectos como la estructura institucional del sector, las relaciones de producción, los ordenamientos legales de sus instancias, la visión de sus actores, entre muchos otros que no son objeto de estudio de esta investigación pero sirven de ejemplo para distinguir a la organización de los productores como un elemento, que inserto en un sector con fuertes problemas de capitalización e inestabilidad de precios, ha optado por explorar nuevas formas de realizar su actividad, motivando un cambio, en primer momento; en las relaciones de producción dentro del sector, en las formas de cultivo del grano y en los lineamientos que rigen la actividad comercial de la cafecultura anterior a los ochentas.

La organización de productores vista de este modo, habría permitido a los pequeños productores acceder a un tipo diferente de ordenamientos productivos y comerciales, que

además les proporcionan en primer plano, ventajas para su desarrollo individual y comunitario. Estos nuevos ordenamientos son el mercado alternativo orgánico y el de comercio justo. La reflexión, entonces, se hará precisando en la actuación de la organización de productores dentro de tales mercados, para identificar si con su actuación ha contribuido para mejorar la calidad de vida de sus miembros y con ello impulsar el desarrollo local.

### **¿Cómo actúa la organización de productores dentro del mercado orgánico y de comercio justo para promover mejoras en la calidad de vida e impulsar el desarrollo local?**

#### **a) Mercado orgánico**

La organización de productores en el mercado orgánico actúa como:

- Un medio de capitalización porque:
  - implica el uso de técnicas e insumos especializados, cuyos costos no podrían ser absorbidos por un pequeño productor de manera individual.
  - enfrenta a problemas ambientales y es necesario el establecimiento de un fondo social contra daños de la cosecha ante imprevistos.
- Una expresión de cooperación porque:
  - amerita la ejecución de un trabajo que rebasa las capacidades individuales por lo extenso del proceso.
  - promueve un capital social de conocimiento para hacer posible la práctica del cultivo con la calidad necesaria que permita alcanzar la certificación y preservarla.
- Un precursor de beneficios ambientales y de salud, en virtud de que:
  - La práctica orgánica es benéfica para el ambiente y para el organismo. Sin el respaldo de una organización, es difícil que los pequeños productores siembren con técnicas sustentables y que comercialicen su producción.

- Un instrumento de inclusión e identidad étnica
  - Los pequeños productores se identifican con este cultivo, trabajan dentro de un mercado que les provee de beneficios económicos con el gusto de saber que están interactuando con la tierra, su origen.

## **b) Comercio Justo**

La organización de productores dentro del mercado de comercio justo actúa como:

- Un intermediario entre el pequeño productor y el comprador: agente de ventas y agente de crédito
  - Los productores entregan su café a la organización y a partir de ahí se desprenden del proceso de comercialización.
  - La actuación de la organización impacta en este mercados y en el orgánico; como facilitadora de las tareas que sus procesos que implican.
- ✓ La asociación de los productores es el medio más adecuado por el cual los pequeños trabajadores del café que busquen comercializar su producto, puedan acceder a estos sistemas de cultivo, ya que éstos implican el desembolso de fuertes montos de capital por los trámites, exigencias y certificaciones que se necesitan para garantizar la calidad del grano; pues en razón a dicha calidad, se define el precio final para el productor. Un productor individual difícilmente alcanza a completar el monto requerido.
- ✓ El productor tiene una perspectiva diferenciada de ambos mercados que es acorde a las tareas que cada uno realiza. Uno es el proveedor de los productos y otro el medio por el cual se comercializan. En este sentido es la diferenciación de perspectivas del productor respecto la su organización; en el contexto del mercado orgánico la concibe como el grupo con el que comparte actividades y, dentro del mercado de comercio justo, como el grupo que le vende su café, le paga por esta venta, lo asesora en cuestiones administrativas y lo informa de sus actividades.

- ✓ La organización de productores dentro de los mercados orgánico y de comercio justo, es ejemplo de la acción colectiva, de fomento del capital social, de la creación de redes de cooperación transnacional; además, posibilita al productor un ingreso más elevado, promueve los cultivos sustentables, posibilita el consumo de productos libres de químicos, extiende las relaciones de los pequeños productores.
- ✓ Sin embargo, la organización de productores tendría el reto de considerar un equilibrio en sus objetivos. De modo tal que los productivos y comerciales no rebasen los sociales. Ya que aunque los primeros permiten la capitalización de la organización para luego procurar los beneficios sociales; éstos últimos, aún teniendo un sentido menos lucrativo, también retribuyen a la organización con un sentido de pertenencia más fuerte ya que las acciones de la organización demuestran ya no sólo interés por el lucro, sino por las necesidades personales o comunitarias del productor.

**¿Qué hace la organización de productores en el entorno de la comunidad Peña Limonar para promover mejoras en la calidad de vida e impulsar el desarrollo local?**

La organización de productores en el entorno de la comunidad Peña Limonar actúa como:

- Intermediario para asignación de beneficios
- Promotor indirecto de beneficios ambientales
- ✓ La organización de productores proporciona indirectamente beneficios sociales a la comunidad Peña Limonar, sirve como intermediario de las instancias de gobierno para asignar recursos de programas estatales de instituciones como COMCAFÉ. De igual forma, al promover las buenas prácticas de cultivo orgánico, contribuye a la mejora del entorno natural, a la restauración del suelo y al cuidado del ecosistema.
- ✓ La prima social es el medio obligado por el que las organizaciones tendrían que verter sus acciones en la comunidad, sin embargo, por la permisibilidad de decidir el destino de esta prima hacia usos productivos o sociales; la organización deja a un lado las necesidades comunitarias y antepone las productivas.



**¿Qué hace la organización de productores con respecto al ingreso económico de los productores y a otros beneficios intangibles para que puedan promoverse mejoras en su calidad de vida e impulsar el desarrollo local?**

**a) Ingreso económico**

La organización de productores con respecto al ingreso económico actúa como:

- Precursor de talleres y cursos que lleven al productor a perfeccionar su técnica de cultivo.
  - Esto asegura la calidad del grano, mayores rendimientos por hectárea y un monto de pago elevado.
- Un intermediario entre el pequeño productor y el comprador para fijar los precios mínimos y las condiciones de entrega.
  - De esta negociación depende el monto del ingreso anual del productor

**b) Beneficios intangibles**

La organización de productores con respecto a los beneficios intangibles actúa como:

- Espacio de expresión y colaboración
  - El productor participa en las asambleas, plantea problemas y demanda su solución

Sin embargo, existen muchos vicios y vacíos de información entre los productores que pudieran ser subsanados si la organización estudiara mecanismos de comunicación o aprendizaje acorde a las características y capacidades de los productores.

**Aportes y limitaciones del estudio**

Esta tesis en un plano general trata de resaltar la importancia que la sociedad civil, en la forma de organización de productores, puede tener como medio para expresar, gestionar y atender

los problemas del desarrollo en comunidades rurales; donde las relaciones de producción aún surgen de un contacto cara a cara sin la mediación de instituciones, pero que para darles sentido en la era global, se apoyan de otros miembros de la sociedad civil fuera de su territorio y unen esfuerzos para tratar de superar las limitantes que la modernidad les ha presentado.

Los principales límites que presenta la investigación tiene relación con los preceptos que dan forma a las actividades del comercio justo y el cultivo orgánico, el conocimiento poco profundo de esos temas fue un restrictivo para construir un discurso crítico en torno a las relaciones de producción dentro de estos mercados alternativos.

Sin embargo, esta trabajo abre la reflexión de la efectividad que la participación de la sociedad civil pueda tener en la planeación de las actividades orientadas a superar los problemas de desarrollo en los sectores más vulnerables de un país, o una localidad; en tanto ésta recoge, en su trato directo con los individuos, las necesidades más próximas de los ciudadanos.

### **Conclusiones generales**

Derivado de los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación, es posible decir que la organización de productores puede constituir una alternativa, junto con los mercados orgánico y de comercio justo; para superar los problemas de desarrollo que se presentan al interior del sector cafetalero. Esto puede ser así porque los principios de cooperación que rigen la actuación de los grupos de la sociedad civil, con los principios rectores de los mercados, construyen un entorno dentro del cual, los pequeños productores encuentran alternativas para mantenerse dentro de su sector de actividad y mejorar a la vez su calidad de vida, en la medida que por medio de esta sincronización de principios pueden surgir beneficios económicos y sociales que promueven el desarrollo de las localidades de los pequeños productores.

La participación de los pequeños productores organizados en estos mercados, obedece a un interés primeramente económico que aunque después impulsa los interés sociales – intangibles que permiten mejoras en la calidad de vida de los productores; se muestra, de acuerdo a las

acciones que la organización emprende, superior por mucho al interés social que también deben perseguir los grupos de la sociedad civil y deben promover los mercados alternativos.

Esto permite visualizar lo que Melucci considera respecto al origen de la acción colectiva; que está motivada por un individuo con objetivos (intereses) individuales y limitaciones para lograrlos, quien busca a otros con objetivos individuales similares, que tampoco están en condiciones de alcanzarlos actuando solos; para sumarse en la lucha por el objeto común. Haciendo uso en el intento de las potencialidades que individualmente se tengan para asegurarse el éxito en la empresa.

Esto es lo que se vislumbra al interior de la organización de productores que se ha estudiado; puede percibirse una profunda dedicación a la mejora de las actividades productivas, sin embargo la evidencia de mejora en términos sociales no es clara; como se mencionó en alguna parte de la tesis, el hecho de promocionar las actividades productivas genera ingresos que indirectamente les producen beneficios sociales a los productores, pero no se percibe una acción directa de la organización en la atención de este rubro, distinción que se corrobora con los mismos productores que mencionan únicamente como apoyos por parte de la organización, a la dotación de material, equipo e instalaciones necesarias para su cultivo.

Indudablemente los productores se identifican mejor con las cuestiones productivas que con las comerciales, por sus propias habilidades; y por eso su discurso versa más al respecto de ellas, sin embargo si existiese por parte de la organización al menos la mitad de la dedicación que se tiene por las cuestiones productivas, a las sociales, los productores identificarían las aportaciones de este tipo como parte del apoyo que reciben de su organización.

Por supuesto que la parte productiva es importante por ser el ancla que lleva la actividad de la organización, y como se manifiesta en el documento; los beneficios económicos que se derivan de la actividad productiva pasan indirectamente a ser beneficios sociales. Sin embargo, también el desarrollo social y el bienestar de los productores es parte de los objetivos que persiguen tanto las Sociedades de Solidaridad Social, como los mercados alternativos y se pueden estar dejando de lado.

En este sentido, se concluye que:

Si bien, la organización de productores no influye directamente en la mejora de la calidad de vida de los productores, sí de manera indirecta a través de las mejoras productivas que permiten elevar los ingresos de los productores. Este ingreso les permite acceder a mejores condiciones de vivienda, salud y educación, que junto con los beneficios intangibles que la organización de productores promueve en su interacción con los socios; permiten hablar de una mejor calidad de vida, de un desarrollo con “libertad”.

En este sentido, las organizaciones de productores constituyen un elemento de cambio para promover el desarrollo local, pero un desarrollo con invidente sentido humano. Que si bien, contribuye a disminuir los problemas productivos de los sectores, puede estar dejando de lado los problemas de quienes le dan vida, con su trabajo a esos sectores. De esta manera, la actuación de la organización de productores dentro de los mercados alternativos orgánicos y de comercio justo, debería revalorar los principios que le dan cohesión y particularidad a su labor dentro del sector cafetalero, la cual además de evidenciar mejoras productivas debiera mostrar mejoras sociales.

Para que entonces se estuviera cumpliendo con el equilibrio que a mi juicio debe existir entre las estrategias económicas y sociales de los actores, para promover realmente el desarrollo del territorio.

## BIBLIOGRAFÍA

Aart Scholte, J. (1999). *Global Civil Society: ¿Changing the world?* Coventry, U.K.: Centre for the study of globalisation and regionalisation.

Alejos García, José; Martínez Sánchez, Nancy;. (2007). *"Ch'oles" Pueblos Indígenas del México Contemporáneo*. México: Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas.

Alimentación, O. d. (s.f.). *Acerca de la FAO*. Recuperado el 15 de Abril de 2010, de <http://www.fao.org/about/es/>

Arroyo Picard, A. (17 y 18 de Junio de 2005). *Alternativas a la globalización neoliberal*. Recuperado el 15 de Abril de 2010, de Red quebequense sobre integración continental: <http://www.rqic.alternatives.ca/forum/arroyomercosur.pdf>

ASOCAM. (2002). V Seminario ASOCAM. *Producción Orgánica Campesina y Acceso a Mercados* (pág. 14). Managua: Secretaría Técnica ASOCAM.

Barton, D. (2002). Social Dimensions of organic coffee production in México: lessons for Eco-Labeling Initiatives. *Society and Natural Resources* , 429-446.

Bebbington, A. (2005). Estrategias de vida y estrategias de intervención: el capital social y los programas de superación de la pobreza. En I. Arriadada, *Aprender de la experiencia. El capital social en la superación de la pobreza* (págs. 21-46). Santiago de Chile: CEPAL.

Beltran Villalba, M. (2000). *Perspectivas sociales y conocimiento*. México.

Bijman, J; Ton, G. (Agosto de 2008). *Organizaciones para agricultores como participantes clave en el desarrollo agrícola*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2009, de Capacity.org: <http://www.capacity.org/es/content/pdf/4509>

Boisier, S. (2002). *Conversaciones sociales y desarrollo regional, potenciación del capital sinérgico y creación de sinergia cognitiva en una región*. Chile.

- Boisier, S. (1999). *Desarrollo (local) ¿ de qué estamos hablando?* Chile.
- Bunge, M. (2009). Hay alternativas a la "globalización asesina". (T. Drago, Entrevistador)
- Celis, F. (2001). *Nuevas formas de asociacionismo en la cafecultura mexicana: el caso de la CNOC*. Xalapa: Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales, Universidad Veracruzana.
- Charry S., C. I. (2007). Capital Social comunitario y desarrollo. En C. I. Charry S., & A. Massolo, *Sociedad Civil. Capital Social y Gestión Local* (págs. 89-110). México, DF: Plaza y Valdes - UAM.
- Chiapas, G. d. (2009). *Perfiles Municipales* . Recuperado el 12 de Mayo de 2010, de <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/>
- Chiapas, G. d. (2008). *Servicio Especializado de Información Estadística y Geográfica*. Recuperado el 5 de Mayo de 2010, de Perfiles Municipales : <http://www.seieg.chiapas.gob.mx/perfiles/PHistoricoIndex.php?region=059&option=1#>
- David, B., & Ortiz, L. (2003). El Capital social y las políticas de desarrollo rural ¿puntos de partida o punto de llegada? En Atria, & Siles, *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. (págs. 447-490). Chile: ONU-CEPAL.
- Durston, J. (2003). Capital Social: parte del problema, parte de la solución, su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe. En R. Atria, & M. Siles, *Capital Social y Reducción de la Pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. (págs. 147-202). Santiago de Chile: CEPAL.
- Edwards, M. (2009). *Civil Society*. Cambridge, u.K.: Polity Press.
- Flores, M., & Rello. (2002). *Capital social rural. Experiencias de México y Centroamérica*. México: UNAM-Plaza y Valdés.
- Frankel, J. (2000). Globalization of the economy. En J. S. Nye Jr., & J. D. Donahue, *Governance in a Globalizing World* (págs. 45-71). Cambridge, Massachusetts: Visions of governance for the 21st century.

- García, L. (2000). Las organizaciones de productores agrícolas en el marco del proceso de globalización económica. *FERMENTUM* , 477-490.
- Garza, A. (2007). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*. México: El Colegio de México.
- Giovannuccy, Daniele; Koekoek, Freek J. (2003). *The State of sustainable coffee: a study of twelve major markets*. Colombia: ICO, IISD, UNCTAD, WB.
- Gómez Cruz, Manuel Angel; Gómez Tovar, Laura; Schwentesius Rindermann, Rita. (2003). México como abastecedor de productos orgánicos. *Comercio Exterior* , 128-138.
- Gómez Muñoz, M. (2004). *"Tzeltales" Pueblos Indígenas del México Contemporáneo*. México: Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas .
- Gómez, L., & Gómez, M. (s.f.). *ibcperu.org*. Recuperado el Octubre de 2009, de <http://www.ibcperu.org/doc/isis/5284.pdf>
- González, A. (2002). *Evaluación de los beneficios actuales y el potencial para el combate a la pobreza de la participación en redes de comercio justo de café. Unión de Ejidos de la Selva, F de S. de S. S.* Colorado: Fair Trade, CSU, Desarrollo Alternativo, A.C.
- Gonzalez, A., & Nigh, R. (2005). Smallholder participation and certification of organic farm products in México. *Journal of Rural Studies* , 449-460.
- Guadarrama, R. (1999). Tendencias recientes en el campo de las metodologías sociales. Pluralismo teórico, amalgama conceptual y fusión instrumental. *Iztapalapa 47* , 85 - 104.
- Habermas, J. (1998). *Factibilidad y Validez. Sobre el derecho y el Estado democrático en términos de la teoría del discurso*. Madrid: Trotta.
- Held, David et al. (1999). *Global transformation\_ politics, economics and culture*. Cambridge: Polity Press.

- Jimenez Solares, C. (2007). Reflexiones en torno a los sujetos, los actores, los movimientos sociales y la acción colectiva. En C. Charry, & A. Massolo, *Sociedad civil. Capital social y gestión local* (págs. 45-61). México: Plaza y Valdés.
- Johnson, P. (2001). *Alianza para un mundo responsable, plural y solidario*. París: Fundación Charles Léopold Mayer.
- k'lum, T. N. (2009). *Concentrado general ciclo 2007- 2008*. Palenque .
- K'lum, T. N. (2009). *Diagnóstico de la Organización*. Palenque .
- k'lum, T. N. (2009). *Inventario de activo fijo*. Palenque .
- Keohane, R., & Nye Jr., J. S. (2000). Introduction. En *Governance in a Globalizing World* (pág. 1). Cambridge, Massachusetts: Vision of governance for the 21st century.
- Kortbech-Olesen, R. (28-29 de Noviembre de 2000). Trade af exotic food and beverages with emphasis on organic products. *Buyes/Sellers meeting an exotic food and beverages* , 8. Johannesburgo, Sudáfrica.
- Kuri, A. (2003). La globalización en perspectiva histórica. *Comercio Exterior* , 4-12.
- Leonard, K. J. (1999). Capítulos 1 al 3. En K. J. Leonard, *Estadística aplicada a la administración y a la economía* (págs. 1-67). México: McGrawHill.
- Lobo, E. (1993). *La organización campesina: formas tradicionales y necesidades actuales*. Trujillo: Universidad de los Andes, núcleo Universitario "Rafael Rangel".
- Lucas, P. (1999). Café Orgánico. *El Mundo del Café. La revista* , 11.
- Luhman, N. (1997). Globalization or world society: hoe to conceive of modern society? *International Review of Sociology* , 67-80.
- Mazzoti, G. (2008). *Una perspectiva organizacional para el análisis de las redes de organizaciones civiles del desarrollo sustentable*. México: UAM-Azc, UV, Porrúa.



Meado WCroft, John; Pennington, Mark. (2007). Capitulo II Defining Social Capital, Capítulo III Social Capital, Social Democracy and the Critique of liberal markets;Capítulo IV Classical liberalism, markets and the spontaneous generation of bridging social capital. En J. Meado Wcroft, & M. Pennington, *Rescuing Social Capital from Social Democracy* (págs. 20-23;24-30;31-45). Great Britain: The Institute of economic affairs.

Melucci, A. (1989). Part I Towards a theory of collective action. En A. Melucci, *Nomads of the present. Social movements and individual needs in contemporary society*. (págs. 17-57). Philadelphia: Temple University Press.

México, G. d. (s.f.). *Consejo Nacional de Población*. Recuperado el 12 de Mayo de 2010, de <http://www.conapo.gob.mx>

Moreno Brid, Juan Carlos; Pérez Caldentey, Esteban; Ruiz Nápoles, Pablo. (2004). El Consenso de Washington: aciertos, yerros y omisiones. *Perfiles Latinoamericanos* , 149-168.

Moreno Mena, A. (2005). Capítulo I Sociedad civil y las redes de las organizaciones civiles, Capítulo 2 El espacio, formas de organización y las acciones de las ONG's. En A. Moreno Mena, *Incidencia pública de las redes de organizaciones civiles en Baja California, Tesis Doctoral* (págs. 18 - 63 y 64 - 84). Tijuana: El colegio de la Frontera Norte.

Movement, I. F. (s.f.). *IFOAM*. Recuperado el Julio de 2010, de <http://www.ifoam-eu.org/>

ONU. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación* . Recuperado el 5 de agosto de 2010, de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s04.htm>

Paré, L. (1990). ¿Adelgazamiento del INMECAFÉ o de los pequeños productores de café? *Revista de Sociología-UAM* , Año 5, Número 13.

Pérez - Grovas, V. (s.f.). *Red Mexicana de Acción ante el Libre Comercio*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2009, de Plan Puebla Panamá-documentos de análisis: <http://www.rmalc.org.mx/documentos/grovas.pdf>

Pick, Susan y López, Ana Luisa. (1995). Capítulo 5 "Cómo se recolecta la información". En *Cómo Investigar en Ciencias Sociales* (págs. 49-68). México: Trillas.

Portilla, M. (Agosto de 2003). *Actores Sociales en el desarrollo rural territorial*. Recuperado el 8 de Enero de 2010, de Grupo Charlovi:

<http://www.grupocharlovi.org/php/doc/documentos/ActoresSociales.pdf>

Productor1. (Febrero de 2010). Antes y después de organizarme. (A. C. Pascacio, Entrevistador)

Raynolds, Laura T.; Murray, Douglas L.; Wilkinson, John;. (2007). *Fair Trade. The Challenges of transforming globalization*. New York: Routledge.

Renard, M. (1999). *Los intersticios de la globalización, un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. México: Universidad Autónoma Chapingo.

Rodríguez Torija, E. (1 de Marzo de 2010). Evolución del asociacionismo en Chiapas. (A. C. Pascacio, Entrevistador)

Rubio, B. (2006). Territorio y Globalización en México: ¿Un nuevo paradigma rural? En J. Delgadillo, *Enfoque territorial para el desarrollo rural en Mexico* (págs. 26-36). México: UNAM, Colegio de Tlaxcala, UA de Guerrero.

Sáez, H. (2008). *Cómo investigar y escribir en Ciencias Sociales*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Salomon, Lester; Wojciech sokolowski, S.; List, Regina. (2003). *Global Civil Society, an overview*. Baltimore: The Johns Hopkins University, Institute for Policy Studies, Center for civil society studies.

Salud, O. M. (s.f.). Recuperado el 15 de Abril de 2010, de <http://www.who.int/es/>

Sánchez, G. (2007). *Tesis de Maestría. K'omon J'amtel Intelectuales indígenas como protagonistas de un proceso de autogestión*. México, D.F.: UAM-Xochimilco.

Schreiber, Waltraud; Gudynas, Eduardo. (Septiembre de 2004). *Sociedad civil y Estado: una necesaria relación para el desarrollo sostenible amazónico*. Recuperado el 2 de Mayo de 2010, de Servicios, estudios e realizacoes para o desenvolvimento sustentável: <http://www.sere.org.br/Presentacionwalt.pdf>

- Seers, D. (1970). The meaning of development. *Revista Brasileira de Economia* , Vol. 24, Número 3.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Planeta.
- Serbin, A. (1997). Globalización y Sociedad Civil en los procesos de integración. *Nueva Sociedad* , 44-55.
- Serbin, A. (14 de Septiembre de 2002). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 29 de Mayo de 2010, de <http://www.javeriana.edu.co/politicas/publicaciones/documents/globalizacion.pdf>
- Stiglitz, J. E. (2006). *¿Cómo hacer que funcione la globalización?* México: Taurus.
- Stiglitz, J. (2002). *Globalization and its discontents*. NY: Norton and Company.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Teeple, G. (2000). What´s globalization? En S. Mc Bride, & J. Wiseman, *Globalization and its discontents*. United States: Macmillan Press.
- Unidas, O. d. (s.f.). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el 15 de Abril de 2010, de <http://www.fao.org/about/es/>
- Vargas Vencis, P. (2007). Mujeres Cafetaleras y Producción de Café Orgánico en Chiapas. *El Cotidiano* , 74-83.
- Waridel, L. e. (2004). *Un café por la causa, hacia un comercio justo*. México: Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas.
- Williamson, J. (6 de Noviembre de 2002). *Did the Washington Consensus Fail?* Recuperado el 25 de Abril de 2010, de Peterson Institute for International Economics: <http://www.iie.com/publications/papers/paper.cfm?ResearchID=488>

## **ANEXO I. Guión de entrevista para productores de café para el proyecto**

### **"INCIDENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO Y LAS PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CAFETICULTORES CHIAPANECOS"**

#### **I. DATOS DEL ENTREVISTADO**

- a. Nombre
- b. Edad
- c. Escolaridad
- d. Estado civil
- e. Integrantes de su familia nuclear
- f. Dependientes económicos

#### **II. ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES**

- ¿Cuánto tiempo lleva formando parte de la organización?
- ¿Cuál fue el motivo por el que decidió incorporarse a la organización?
- Para que lo aceptaran, ¿qué requisitos tuvo que cubrir?
- ¿Cómo se formó la organización?
- ¿Los miembros de la organización sólo se dedican a producir café?
- ¿Ha ocupado alguna vez algún cargo de dirección en la organización?
- ¿Qué beneficios le ha proporcionado el pertenecer a la organización?

Distinguir entre económicos, sociales, ambientales, etc.

- ¿Con qué frecuencia se realizan las asambleas?
- ¿Cómo eligen a sus representantes?
- ¿Qué funciones tienen sus representantes?
- ¿Cómo obtienen dinero para las actividades de la organización?
- ¿La organización realiza eventos en los que conviva la comunidad?
  - ¿qué tipo de eventos?
  - ¿con qué frecuencia?
- ¿La organización les programa cursos de capacitación?
- ¿Tiene alguna obligación como parte de la organización?
- ¿Conoce algunos productores de café que no pertenezcan a la organización?
- ¿Sabe por qué no se han incorporado?
- ¿Todos sus compañeros en la organización pertenecen a la misma etnia?
- ¿Existen algunos productores que hayan querido incorporarse a la organización y no los hayan aceptado?
  - ¿Cuál fue el motivo?
- Dentro de la organización, ¿han tenido algún conflicto?,
  - ¿cuál fue el motivo?
- Existe una organización de mujeres, ¿a quién se le ocurrió la idea de formarla?
- ¿A usted le gusta la idea?, ¿por qué?

### **III. PRODUCCIÓN ORGÁNICA DE CAFÉ**

- ¿Cómo produce su café? ¿De manera orgánica o convencional?
- ¿Antes había cultivado con otro tipo de técnicas?
- ¿Por qué cambió a esta forma de cultivo?
  - ¿Alguien le dijo?

- ¿Cuándo empezó a cultivar con este tipo de técnicas?
- ¿Cuál de las dos le gusta más?, ¿por qué?
- ¿Sabe por qué es necesario cultivar sin el uso de fertilizantes químicos? -¿por qué cultivar de manera orgánica? -
- ¿Cree que el cultivo no orgánico es mejor?
- ¿Conoce todo el proceso de cultivo orgánico?
- ¿Cuántas fases tiene?
- ¿Cómo se organiza para realizar su trabajo?
  - ¿Toda su familia le ayuda?
  - ¿Cuántos de ellos sí y cuántos no?
    - Si hay alguno que no le ayuda, ¿a qué se dedica?
  - ¿Alguien que no pertenece a su familia le ayuda?
    - ¿Éste o éstos pertenecen a la misma comunidad?
    - ¿De dónde es originario?
- ¿Cuántas hectáreas de café siembra?
- ¿Todas son sólo suyas o son una propiedad familiar?
- ¿Cuánto tiene que invertir, en dinero y tiempo para la cultivar su tierra con este tipo de técnica?
- Cuando cultiva, ¿en qué gasta más dinero y tiempo?
- ¿Cuántas hectáreas de café siembra?
- ¿Todas son sólo suyas o son una propiedad familiar?
- ¿Cuántos quintales de café produce?
- ¿Considera que lo que gasta lo recupera y le sobra?

#### **IV. COMERCIO JUSTO**

- ¿Cuánto le pagan por cada quintal de café?
- ¿Sabe que su café llega a otros países?
- ¿Sabe por qué lo compran?

- ¿Cómo lo supo, quién se lo dijo?
- ¿Cómo cuida la calidad de su café?
- ¿Cómo se asegura que su café es bueno?
- ¿Cómo se vende su café?
- ¿El pago por su producto le alcanza para ahorrar?
- Antes de vender su café por el comercio justo ¿le alcanzaba para vivir?
- ¿Ha cambiado su vida a partir de que usted forma parte de la organización y vende con comercio justo?

## V. CALIDAD DE VIDA

- ¿Cómo distribuye su ingreso?
- ¿Cuál es el gasto más fuerte en su hogar?
- ¿En qué le gustaría utilizar su dinero?
- ¿Cuántas comidas realiza al día?
- ¿Qué es lo que come más le gusta comer?
- ¿Lo come con frecuencia?
- ¿Qué es lo que come con más frecuencia?
- ¿Desde cuándo acostumbra comer eso?
- ¿Se enferma muy seguido? Usted o su familia
- ¿A dónde acude cuando se enferma? Usted y su familia
- ¿Cuál es la enfermedad más común que sufre (n)?
- ¿Su casa es propia?
- ¿Desde cuándo la tiene?
- ¿La compró o se la heredó algún familiar?
  - En caso de haberla comprado: ¿cómo le hizo para adquirirla?
  - ¿Ahorro?, ¿por cuánto tiempo?
- ¿Le gusta su casa?
- ¿Siempre ha sido así? Material, tamaño, etc.

- ¿Cuántos viven en ella?
- ¿Tiene más familiares que vivan aquí cerca?
- ¿La casa en la que ellos habitan, es de ellos?
- ¿Sabe leer?
- ¿Hasta qué grado curso?
- ¿Cuántos de su familia asisten a la escuela?
- ¿En qué grado están inscritos?
- ¿Algún de su casa ha migrado para estudiar?
- ¿Dónde tira su basura?
- ¿Qué hace con los desperdicios de los alimentos?
- ¿Práctica la caza?
- ¿Qué otras actividades aparte de la siembra del café realiza?,
- ¿Quién más en su casa trabaja?,
  - ¿Qué actividad desempeña?
- ¿Alguna persona de su familia ha migrado en busca de empleo?
- ¿El gobierno les da alguna ayuda?
  - ¿Qué tipo?
  - ¿Cómo la gestionaron?
- ¿Hay delincuencia en el pueblo?,
  - ¿Qué tipo de delito cometen con más frecuencia?
  - ¿Conoce el motivo del delito?



## **ANEXO 2. Guión de entrevista para dirigentes de la organización para el proyecto.**

### **"INCIDENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO Y LAS PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CAFETICULTORES CHIAPANECOS"**

#### **DATOS DEL ENTREVISTADO**

- a. Nombre
- b. Cargo desempeñado
- c. Antigüedad en el cargo

#### **I. ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES**

- ¿A qué etnia pertenecen los integrantes de organización?
- ¿Qué actividades realizan aparte de las relacionadas con la producción de café?
- ¿Cuáles son los objetivos que persigue la asociación?
- ¿Con qué criterios y con qué frecuencia se llevan a cabo los procesos de elección de dirigentes, planeación de actividades?
- ¿Cuáles son los fines económicos que persigue la organización?
- ¿Cuáles son los fines sociales que persigue la organización?
- ¿Cuáles son los fines culturales que persigue la organización?
- ¿Cuáles son los principales objetivos y retos del proceso de producción del grano?
- ¿Qué medidas establece la organización para cuidar la calidad del producto?

## **II. PRODUCCIÓN ORGÁNICA DE CAFÉ**

- ¿Cómo es la práctica del cultivo orgánico?
- ¿El cultivo está dividido en fases?
- ¿Cuáles son los mecanismos de cada fase?
- ¿Proporcionan algún tipo de capacitación para la elaboración de la composta y el uso de otros insumos involucrados en el cultivo orgánico?
- ¿Cuentan con lineamientos para satisfacer las preferencias de los consumidores?
- ¿Cuál es el costo promedio por libra de café?,
- ¿Cuál es el precio por libra de café?
- ¿A cuánto asciende el costo y el ingreso promedio de la organización?

## **III.COMERCIO JUSTO**

- ¿El pago recibido por el producto es el pactado antes de la entrega del producto?,
- ¿El pago recibido cubre los gastos de producción y operación de la organización?
- Aproximadamente, ¿cuánto excede el pago que recibe por el producto en el esquema de comercio justo, con respecto al que recibirían en el mercado convencional?
- ¿Cuál es el principal destino de la prima social en la comunidad?
- ¿De qué depende el destino de la prima?
- ¿Qué factores se toman en cuenta para su distribución?

- ¿Cómo se realiza en consenso para destinar la prima?
- ¿Quiénes intervienen en la toma de decisiones?
- ¿Cuáles son las principales normas de certificación, de calidad y laborales que la organización debe cumplir bajo este esquema comercial?
- ¿Llevan un seguimiento de evaluación del cumplimiento de las normas de certificación?
- ¿De qué manera se hace la evaluación?
- ¿Quién la realiza?
- ¿Cómo se dan sus relaciones con otras organizaciones?
- ¿Las organizaciones con las que se relaciona producen café u otro producto?
- ¿Cuál es el principal motivo por el que se dan estas relaciones?

#### **IV. CALIDAD DE VIDA**

- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto que provea de alimento de alto valor nutricional a los miembros de la comunidad?
- ¿Alguna vez se han presentado pláticas de inducción al consumo de alimentos nutritivos?
- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto que promueva el uso de los servicios de salud, o que promueva la construcción de un hospital, clínica o consultorio?
- ¿Se ha llevado a cabo algún que promueva la conservación del ambiente entre la comunidad?

- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto oriente el destino del gasto hacia actividades con valor comunitario alto?
- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto que provea la mejora de las viviendas de la comunidad?
- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto que contribuya a abatir el analfabetismo?
- ¿Qué orientación han tenido los cursos de capacitación impartidos?
- ¿Se ha llevado a cabo algún proyecto que promueva la diversificación de actividades entre la comunidad en los tiempos de espera de la cosecha del grano?
- ¿Quiénes han sido los principales destinatarios de los proyectos?
- ¿De qué se han tratado tales proyectos?
- ¿Cómo se dan las relaciones con los organismos gubernamentales?
- ¿Cuál ha sido el objetivo más recurrente por el cual han tenido alguna relación con las dependencias de gobierno?

# ANEXO 3. Cuestionarios aplicados.

## a) Nivel productor



COMERCIALIZADORA MÁS CAFÉ S.A. DE C.V.  
CUESTIONARIO PARA EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES



### A NIVEL DE PRODUCTOR/A

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Fecha de realización: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
 Hombre \_\_\_\_\_ Mujer \_\_\_\_\_ Código: \_\_\_\_\_ Categoría: \_\_\_\_\_ Comunidad: \_\_\_\_\_ Municipio: \_\_\_\_\_  
 Organización: \_\_\_\_\_ Estado Civil: Casado/a \_\_\_\_\_ Soltero/a \_\_\_\_\_ Unión Libre \_\_\_\_\_ Divorciado/a \_\_\_\_\_ Viudo/a \_\_\_\_\_  
 N° hijos \_\_\_\_\_ Edades \_\_\_\_\_; N° hijas \_\_\_\_\_ Edades \_\_\_\_\_; Superficie SICN \_\_\_\_\_ Has; superficie CERTIMEX \_\_\_\_\_ Has.  
 RFC \_\_\_\_\_ Clave Curp \_\_\_\_\_ Folio Censo Cafetalero \_\_\_\_\_  
 ¿A qué étnia pertenece? \_\_\_\_\_ ¿A qué religión pertenece? \_\_\_\_\_

#### II. HASTA QUÉ NIVEL DE ESTUDIOS TUVO ACCESO EL/LA PRODUCTOR/A

Nunca Asistió \_\_\_\_\_ Primaria \_\_\_\_\_ año. Secundaria \_\_\_\_\_ año. Preparatoria \_\_\_\_\_ año. Universidad \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_ ¿Sabe leer? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Sabe escribir? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Habla Español? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ En caso afirmativo: Poco \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Suficiente \_\_\_\_\_ ¿Qué le gustaría aprender? leer \_\_\_\_\_ escribir \_\_\_\_\_ español \_\_\_\_\_ informática \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

#### III. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE PRODUCE?

Superficie total \_\_\_\_\_ Has; Café \_\_\_\_\_ Has Volumen \_\_\_\_\_ bultos; Maíz \_\_\_\_\_ Has Volumen \_\_\_\_\_ bultos; Frijol \_\_\_\_\_ Has Volumen \_\_\_\_\_ bultos; Ganadería \_\_\_\_\_ cabezas; Micro invernaderos \_\_\_\_\_ Has ¿Qué frutales produce? \_\_\_\_\_ De estos productos ¿cuáles comercializa? \_\_\_\_\_ ¿Dónde los comercializa? \_\_\_\_\_ ¿Por qué no comercializa los otros productos? \_\_\_\_\_ ¿Qué productos tienen potencial para comercializarlos? \_\_\_\_\_ ¿Cree que es autosuficiente? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Qué producto básico compra? \_\_\_\_\_ Volumen \_\_\_\_\_

#### IV. TOMANDO EN CUENTA EL PRINCIPAL CULTIVO ¿CUÁLES SON LOS PROBLEMAS QUE EXISTEN EN SU CULTIVO?

1.- ¿Cuenta con?	¿En qué condiciones se encuentra?			2.- ¿Tiene alguno de estos problemas?			
	Buena	Regular	Mala		sí	no	
Almacén	sí	no		Tenencia de la tierra	sí	no	
Despulpadora	sí	no		Baja calidad de tierra	sí	no	
Tanque fermentación	sí	no		Plagas y enfermedades	sí	no	
Patio secado	sí	no		Bajos rendimientos por Ha.	sí	no	
Herramientas	sí	no		Falta de asistencia técnica	sí	no	
Otros:	sí	no		Falta de capacitaciones	sí	no	
				Competencia intermediarios	sí	no	
				Otros:	sí	no	

#### V. ECONOMÍA E INGRESOS

¿Qué actividad le genera mayores ingresos? \_\_\_\_\_ Ingresos totales anuales: \_\_\_\_\_  
 ¿Qué otras fuentes de ingresos tiene? Venta de café \_\_\_\_\_ Pesca \_\_\_\_\_ Comercio o Negocio \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? Artesanía \_\_\_\_\_ Carpintería \_\_\_\_\_ Zapatería \_\_\_\_\_ Corte y Confección \_\_\_\_\_ Herrería \_\_\_\_\_ Panadería \_\_\_\_\_ Tienda \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

#### VI. VIVIENDA

¿Cuenta con vivienda propia? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Ha recibido algún apoyo para la vivienda? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿De qué tipo de material está construida la vivienda? Piso \_\_\_\_\_ Techo \_\_\_\_\_ Paredes \_\_\_\_\_ ¿Con qué servicios cuenta la vivienda? Agua potable \_\_\_\_\_ Agua entubada \_\_\_\_\_ Luz eléctrica \_\_\_\_\_ Baño/Fosa séptica \_\_\_\_\_ Letrina \_\_\_\_\_ Refrigerador \_\_\_\_\_ Estufa \_\_\_\_\_ Televisión \_\_\_\_\_ VHS/DVD \_\_\_\_\_ Licuadora \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_ ¿Cuántos cuartos tiene la vivienda? \_\_\_\_\_ ¿Cuántas personas habitan en la vivienda? \_\_\_\_\_ De los servicios que tiene mencione dos que desearía mejorar: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ De los servicios que no tiene mencione dos que desearía tener: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

#### VII. COMUNICACIONES Y TRANSPORTE

¿Tiene vehículo propio? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para ir a la parcela? Caminando \_\_\_\_\_ Caballo \_\_\_\_\_ Carro propio \_\_\_\_\_ carro de compañeros/as \_\_\_\_\_ transporte público \_\_\_\_\_ otros: \_\_\_\_\_ ¿Qué tiempo tarda desde su casa hasta su parcela? de 0 a 30 min \_\_\_\_\_; de 30 min. a 1 hora \_\_\_\_\_; más de 1 hora \_\_\_\_\_; más de 2 horas \_\_\_\_\_ ¿Qué tipo de camino tiene hasta su parcela? Pavimentado \_\_\_\_\_ Terracería \_\_\_\_\_ Brecha \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_ ¿Cómo son las condiciones del camino? Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

#### VIII. SALUD Y APOYOS

¿Tiene acceso a servicios de salud? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ (En caso afirmativo) ¿cuáles? \_\_\_\_\_  
 ¿Tiene Seguro Popular? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿En la familia reciben apoyos gubernamentales? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ (en caso afirmativo) ¿cuáles? Procampo \_\_\_\_\_ Oportunidades \_\_\_\_\_ Amanecer \_\_\_\_\_ 70 y Más \_\_\_\_\_ Fomento Productivo del café \_\_\_\_\_ Otros programas: \_\_\_\_\_

#### IX. RECURSOS NATURALES

(En caso de afirmativo especificar la superficie) ¿En su propiedad cuentan con bosques? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ Has. ¿Cuentan con acaguales? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ Has. ¿Cuentan con fuentes de agua? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ ¿Ha sentido cambios en el medio ambiente en los últimos 10 años? sí \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ (En caso afirmativo) ¿En qué? Temperatura // lluvias/plagas (anote la respuesta atrás)

## b) Nivel comunidad



El Colegio  
de la Frontera  
Norte

COMERCIALIZADORA MÁS CAFÉ S.A. DE C.V.  
CUESTIONARIO PARA EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES



### A NIVEL DE COMUNIDAD

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

Comunidad \_\_\_\_\_ Fecha de realización: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_  
Nombre del/ de la productor/a \_\_\_\_\_ Municipio \_\_\_\_\_  
Hombre \_ Mujer \_ Código \_\_\_\_\_ Organización \_\_\_\_\_

#### II. ACCESO A SERVICIOS EN LA COMUNIDAD

1.- ¿La comunidad tiene acceso a los siguientes servicios?  
(En caso afirmativo marque la calidad con X)

	sí	no	Calidad		
			Buena	Regular	Mala
Agua potable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Agua entubada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Drenaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Luz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Teléfono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Primaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Secundaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2.- ¿La comunidad tiene acceso a los siguientes servicios?  
(En caso afirmativo marque la calidad con X)

	sí	no	Calidad		
			Buena	Regular	Mala
Preparatoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Clinica rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Centro de salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Hospital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Abarrotes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Servicio postal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

#### III. SERVICIOS EN CIUDADES PRÓXIMAS

1.- ¿Cuáles son las dos ciudades más próximas?

a) \_\_\_\_\_ ¿Qué tiempo tarda para llegar a la ciudad? \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_ ¿Qué tiempo tarda para llegar a la ciudad? \_\_\_\_\_

2.- Mencione 3 servicios para los que se tenga que desplazar a la ciudad: (marque con X cada cuando viaja a la ciudad)

	Frecuencia				
	diario	1 vez a la semana	2 veces a la semana	Cada 15 días	1 vez al mes
a) _____					
b) _____					
c) _____					

3.- ¿Existe transporte público para desplazarse a la ciudad? sí \_\_\_ no \_\_\_ (En caso afirmativo responda a las siguientes preguntas)

a) ¿Cuál es el horario? \_\_\_\_\_ b) ¿Cuál es la frecuencia de paso? \_\_\_\_\_ minutos

#### IV. MENCIONE 2 SERVICIOS QUE UTILIZA EN LA CIUDAD LE GUSTARÍA TENER EN SU COMUNIDAD

Escuela Primaria \_\_\_\_\_ Centro de Salud \_\_\_\_\_ Hacienda \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_  
Escuela Secundaria \_\_\_\_\_ Hospital \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Preparatoria \_\_\_\_\_ Banco \_\_\_\_\_ Instituciones Gubernamentales \_\_\_\_\_

#### V. MENCIONE 2 SERVICIOS QUE UTILIZA EN SU COMUNIDAD LE GUSTARÍA QUE MEJORARAN

Escuela Primaria \_\_\_\_\_ Centro de Salud \_\_\_\_\_ Hacienda \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_  
Escuela Secundaria \_\_\_\_\_ Hospital \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Preparatoria \_\_\_\_\_ Banco \_\_\_\_\_ Instituciones Gubernamentales \_\_\_\_\_

#### VI. ACCESO A LA COMUNIDAD

1.- ¿Qué tipo de vehículo entra en la comunidad? \_\_\_\_\_ 2.- ¿Existe transporte público para desplazarse a la comunidad? sí \_\_\_ no \_\_\_ (En caso afirmativo responda a las siguientes preguntas) a) ¿Cuál es la frecuencia de paso? \_\_\_\_\_ min.

b) ¿Horario de servicio del transporte? \_\_\_\_\_ c) ¿Calidad del servicio? Buena \_\_\_ Regular \_\_\_ Mala \_\_\_ 3.- ¿A que distancia se encuentra la comunidad de la carretera principal? \_\_\_\_\_; 4.- ¿Qué tipo de camino hay desde la comunidad a la ciudad más cercana? Pavimentada \_\_\_ Terracería \_\_\_ Brecha \_\_\_ 5.- ¿Cómo son las condiciones del camino? Buena \_\_\_ Regular \_\_\_ Mala \_\_\_

#### VII. RECURSOS NATURALES

Clima \_\_\_\_\_ Altitud(msnm) \_\_\_\_\_ Flora(Plantas) \_\_\_\_\_ Fauna(Animales) \_\_\_\_\_  
¿Con qué recursos cuenta su entorno? Río \_\_\_ Arroyo \_\_\_ Lago/Laguna \_\_\_ Cascadas \_\_\_\_\_  
Zona arqueológica \_\_\_ Reservas ecológicas \_\_\_ otros: \_\_\_\_\_ ¿Se podrían aprovechar estos recursos para el turismo en su comunidad? sí \_\_\_ no \_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_



c) Nivel organización



COMERCIALIZADORA MÁS CAFÉ S.A. DE C.V.  
CUESTIONARIO PARA EL DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES



**A NIVEL DE ORGANIZACIÓN**

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Organización: _____	Comunidad _____	Municipio _____
Nombre _____	Hombre _____	Mujer _____
Código _____	Cargo _____	Fecha de realización / / _____

**II. ATENCIÓN Y PARTICIPACIÓN**

	Satisfecho	Medio satisfecho	No satisfecho
1) ¿Cuál es su satisfacción con la información que le brinda su organización?			
2) ¿Cuál es su satisfacción con la atención que recibe de su organización?			
3) ¿Cuál es su satisfacción con la solución a problemas presentados en su organización?			
4) ¿Cuál es su satisfacción con la comunicación que tiene con el personal de su organización?			
5) ¿Cuál es su satisfacción con la información que le brinda Más Café?			
6) ¿Cuál es su satisfacción con la atención que recibe en Más Café?			
7) ¿Cuál es su satisfacción con la solución a los problemas presentados en Más Café?			
8) ¿Cuál es su satisfacción con la comunicación que tiene con el personal de Más Café?			

**III. SERVICIOS QUE OFRECE LA ORGANIZACIÓN**

1.- ¿Ha recibido capacitación? sí \_\_\_ no \_\_\_ 2.- ¿Cuántas veces al año? \_\_\_ 3.- ¿Ha compartido con otros/as productores/as lo que ha aprendido? sí \_\_\_ no \_\_\_ 4.- ¿Los temas que han tratado han sido de su interés? sí \_\_\_ no \_\_\_ 5.- ¿Ha mejorado su producción con las capacitaciones? sí \_\_\_ no \_\_\_ 6.- ¿Ha mejorado su comercialización con las capacitaciones? sí \_\_\_ no \_\_\_ 7.- ¿Han mejorado sus técnicas en producción con las capacitaciones? sí \_\_\_ no \_\_\_ 8.- ¿Mencione 2 tipos de capacitaciones que le gustaría recibir? \_\_\_\_\_ 9.- ¿Ha recibido asistencia técnica? sí \_\_\_ no \_\_\_ 10.- ¿Han mejorado sus técnicas en producción con la asistencia técnica? sí \_\_\_ no \_\_\_ 11.- ¿Ha sido beneficiado con algún apoyo por parte de su organización? sí \_\_\_ no \_\_\_ ¿Para qué? \_\_\_\_\_ 12.- ¿Cómo considera las gestiones que realiza la organización para mejorar su producción? Buena \_\_\_ Regular \_\_\_ Mala \_\_\_ 13.- ¿Cómo considera los mecanismos para que participen los/as socios/as en la toma de decisiones? Buena \_\_\_ Regular \_\_\_ Mala \_\_\_

**IV. INFRAESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN**

1.- ¿Cuentan con bodega/almacenamiento? sí \_\_\_ no \_\_\_ 2.- ¿Qué capacidad tiene? \_\_\_ 3.- ¿Cuentan con suficientes herramientas y maquinaria? sí \_\_\_ no \_\_\_ 4.- ¿Cuentan con elementos de transporte? sí \_\_\_ no \_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_ 5.- ¿Cree que sería necesario invertir en una nueva infraestructura? sí \_\_\_ no \_\_\_ 6.- ¿Cuáles serían las necesidades en la organización? \_\_\_\_\_

**V. GÉNERO Y JÓVENES**

1.- ¿Existe algún grupo de mujeres dentro de su organización? sí \_\_\_ no \_\_\_ (En caso de afirmativo) ¿Qué actividades realizan? \_\_\_\_\_ 2.- ¿Alguna mujer tiene un cargo dentro de la organización? sí \_\_\_ no \_\_\_ 3.- ¿Su organización le da oportunidad a las mujeres a participar en actividades que esta realiza? sí \_\_\_ no \_\_\_ 4.- ¿Existe equidad en la división de trabajos en la organización entre hombres y mujeres? sí \_\_\_ no \_\_\_ 5.- ¿Existe algún grupo de jóvenes dentro de su organización? sí \_\_\_ no \_\_\_ (En caso de afirmativo) ¿Qué actividades realizan? \_\_\_\_\_ 6.- ¿Algún joven tiene un cargo dentro de la organización? sí \_\_\_ no \_\_\_ 7.- ¿Su organización da oportunidades a los/as jóvenes a participar en actividades que esta realiza? sí \_\_\_ no \_\_\_

**VI. PROYECTOS**

1.- ¿Mencione 3 proyectos realizados en los últimos tres años? \_\_\_\_\_ 2.- ¿Cómo ha sido la participación de los productores? Buena \_\_\_ Regular \_\_\_ Mala \_\_\_ 3.- ¿Ha mejorado el cuidado al medio ambiente con estos proyectos? sí \_\_\_ no \_\_\_ 4.- ¿Mencione dos proyectos que crea necesarios que su organización gestione? \_\_\_\_\_

**VII. APOYOS INSTITUCIONALES**

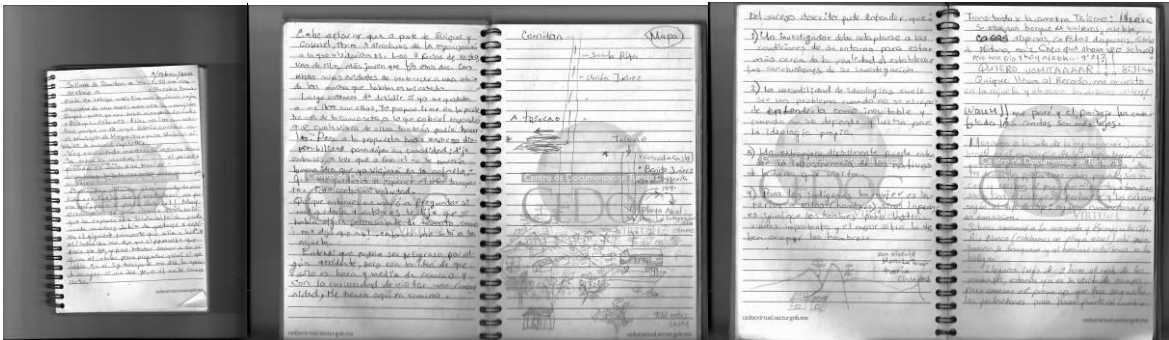
1.- ¿De qué dependencia ha obtenido apoyos su organización? \_\_\_\_\_ 2.- ¿Desde el apoyo que le brinda su organización qué mejoras ha notado? \_\_\_\_\_ 3.- ¿Qué otros apoyos quisiera que su organización gestionara? \_\_\_\_\_

**VIII. ADMINISTRACIÓN (sólo personal relacionado con la materia)**

1.- ¿La información contable está al día? sí \_\_\_ no \_\_\_ 2.- ¿La información contable está al día con el pago de impuestos? sí \_\_\_ no \_\_\_ 3.- ¿La información contable está sistematizada? sí \_\_\_ no \_\_\_ 4.- ¿Necesita capacitación en temas contables? sí \_\_\_ no \_\_\_ 5.- ¿Necesita capacitación en temas fiscales? sí \_\_\_ no \_\_\_ 6.- ¿Tiene conocimientos en informática? sí \_\_\_ no \_\_\_ ¿Le gustaría recibir \_\_\_\_\_



## ANEXO 4. Notas de trabajo de campo.





La autora es Licenciada en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Se ha desempeñado en el sector público en el Servicio de Administración Tributaria-SHCP, en el sector privado en @regional.com, y como docente en la Universidad Nacional Autónoma de México, campus Acatlán. Egresado de la Maestría en Desarrollo Regional de El Colegio de la Frontera Norte.

Correo electrónico: [campas2@hotmail.com](mailto:campas2@hotmail.com)

© Todos los derechos reservados. Se autorizan la reproducción y difusión total y parcial por cualquier medio, indicando la fuente.

Forma de citar recomendada:

Camas-Pascacio, Alicia (2010). *Reunir esfuerzos para el desarrollo local: la organización de productores de café Tiemelonla Nich K'lum, S. de S.S. y su participación en los mercados alternativos orgánico y de comercio justo*. Tesis de Maestro en Desarrollo Regional. El Colegio de la Frontera Norte, A.C. México.