

Capital social en organizaciones cafetaleras de dos regiones de la zona centro de Veracruz, México

Hernández Sánchez, María Isabel; Nava Tablada, Martha Elena

Capital social en organizaciones cafetaleras de dos regiones de la zona centro de Veracruz, México

Sociedad y Ambiente, núm. 21, 2019

El Colegio de la Frontera Sur, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455761515008>

DOI: <https://doi.org/10.31840/sya.v0i21.2045>

Capital social en organizaciones cafetaleras de dos regiones de la zona centro de Veracruz, México

Social Capital in Coffee Organizations in Two Regions in the Central Area of Veracruz, Mexico

María Isabel Hernández Sánchez
Facultad de Economía de la Universidad Veracruzana,
México
lebas_i_hs@hotmail.com

 <http://orcid.org/0000-0001-9116-8404>

Martha Elena Nava Tablada
El Colegio de Veracruz, México
menavata@yahoo.com.mx

 <http://orcid.org/0000-0002-2674-3502>

DOI: <https://doi.org/10.31840/sya.v0i21.2045>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455761515008>

Recepción: 03 Mayo 2019

Aprobación: 06 Octubre 2019

RESUMEN:

El objetivo del estudio fue analizar el nivel de capital social en dos organizaciones cafetaleras de la zona centro de Veracruz, México, para valorar en qué medida las actividades grupales implementadas contribuyen a superar la crisis del sector. Se aplicaron 41 cuestionarios a los socios y dos entrevistas semiestructuradas a los dirigentes de las organizaciones. El capital social existe en ambas organizaciones, sin embargo, éste no se presenta en el mismo nivel. La organización de la región de Coatepec tiene un bajo grado de capital social, producto de los escasos niveles de confianza, reciprocidad, cooperación y participación; lo cual se refleja en cohesión débil, redes y alianzas poco densas. La organización de la región de Huatusco presenta un alto grado de capital social, expresado en mayores niveles de confianza, solidaridad, cooperación, participación y redes consolidadas que fortalecen sus capacidades para realizar acciones colectivas en beneficio de sus miembros. El concepto de capital social es útil para comprender el papel de las organizaciones cafetaleras en la generación de actividades grupales. Se concluye que un alto nivel de los elementos que conforman el capital social es una condición necesaria pero no suficiente para enfrentar con éxito la crisis cafetalera.

PALABRAS CLAVE: acción colectiva, cafecultura, capital social, organizaciones, rural.

ABSTRACT:

The purpose of this study was to analyze the level of social capital in two coffee organizations in the central area of Veracruz, Mexico to determine the extent to which the group activities implemented contribute to overcoming the crisis in this sector. A total of 41 questionnaires were applied to members and two semi-structured interviews were conducted with the organization leaders. Although social capital exists in both organizations, it does not appear to be at the same level. The organization in the Coatepec region has a low degree of social capital as a result of low levels of trust, reciprocity, cooperation and participation, reflected in weak cohesion as well as insubstantial networks and alliances. The organization in the Huatusco region has a high degree of social capital, expressed in greater levels of trust, solidarity, cooperation, participation and consolidated networks, which increase its capacity to implement collective activities for the benefit of its members. The concept of social capital is useful for understanding the role of coffee organizations in undertaking group activities. This paper concludes that a high level of the aspects comprising social capital is necessary but not enough to successfully tackle the coffee crisis.

KEYWORDS: coffee-growing, collective action, organizations, rural, social capital.

INTRODUCCIÓN

A más de 200 años de su introducción en México, el cultivo de café bajo sombra se ha convertido en una actividad de gran relevancia económica, social y ambiental. Su producción abarca una superficie equivalente

al 3.3 % del área agrícola total sembrada en México (FIRA, 2016) y emplea 504 372 productores que cultivan 688 178 hectáreas en 52 regiones de 12 estados, 382 municipios y 4 326 comunidades (AMECAFÉ, 2012). A pesar de la importancia que la cafeticultura tiene para el país, ha estado inmersa en crisis recurrentes que se explican principalmente por la liberalización del mercado internacional del café y el retiro del Estado de las actividades reguladoras del sector. Las consecuencias de las crisis son variadas y sus repercusiones afectan en mayor medida a los pequeños productores. En las regiones cafetaleras se observa disminución del número de empleos, aumento de la migración, deterioro ambiental por cambio de uso del suelo, aumento de plagas y enfermedades que afectan la calidad del grano, bajos rendimientos, plantaciones viejas y abandono de cafetales, entre otras problemáticas.

Se suma a lo anterior que a partir de 2012 se presentó un brote atípico de roya, que en conjunto con la crisis económica que prevalece en el sector, ha conducido a las cosechas más bajas en los últimos años (Escamilla y Landeros, 2016). De acuerdo con FIRA (2016) la producción de café cereza en el ciclo 2015-2016 se ubicó en 835 mil toneladas, cifra que significa una reducción de 18.6 % respecto al ciclo anterior y su nivel más bajo desde 1979-1980. Durante los últimos 10 años la producción de café decreció a una tasa promedio de 6 %; el rendimiento promedio de café cereza se redujo a una tasa promedio anual de 3.5 %; mientras que la superficie cosechada decreció a una tasa anual de 1 % (FIRA, 2016).

En el caso del estado de Veracruz, la producción 2015-2016 disminuyó 30.8 % con respecto a la cosecha 2014-2015, al ubicarse en 191 017 toneladas de café cereza, su nivel más bajo desde 1979-1980. El panorama resulta aún más preocupante, pues de acuerdo con el Departamento de Agricultura de Estados Unidos de América (USDA, por sus siglas en inglés), durante el ciclo 2016-2017 la producción de café en México fue 2.1 % inferior al consumo nacional, es decir, por primera vez el volumen de las exportaciones mexicanas de café verde resultó 2.7 % inferior a las importaciones (FIRA, 2016).

Ante la reestructuración del Estado en 1989, la desaparición del Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ), las políticas de apertura y la desregulación comercial, han surgido nuevas estructuras organizativas para comercializar el café en condiciones menos desfavorables y obtener mejores precios (González y Doppler, 2008). Varias organizaciones de productores han desarrollado alternativas productivas y de manejo de los cafetales que les han permitido enfrentar las crisis en el sector e incursionar en mercados no convencionales donde obtienen mejores precios e ingresos. Estos son los casos de los mercados especializados de café orgánico, comercio justo, café bajo sombra, amigable con las aves y otras certificaciones sustentables. Al respecto, Bartra (2006: 156) señala que “quienes están sobreviviendo a la crisis son los productores organizados en empresas asociativas capaces de acopiar y beneficiar cantidades grandes del aromático y colocarlo en nichos del mercado que pagan sobreprecios”.

La importancia de las organizaciones para el sector cafetalero estriba en que “son estructuras con reglas internas mediante las cuales se establecen responsabilidades y derechos de los miembros, sirven para lograr objetivos mediante una acción colectiva y superar los límites de las acciones individuales” (Sánchez, 2015: 55). También brindan la oportunidad de enfrentar con mejores resultados las limitantes que encaran los pequeños productores, pues organizados pueden acceder a recursos, activos y mercados que no están a su alcance si actúan de manera aislada (FIDA, 2013). Debido al carácter minifundista de los cafeticultores en México, “la única opción para acceder al mercado en condiciones menos desfavorables es estando organizados, pues sólo así pueden comercializar su producción en el mercado internacional, planear y ejecutar proyectos, e incluso solucionar problemas de carácter social” (Sánchez, 2015: 55).

Por lo anterior, el presente estudio propone el uso del concepto de capital social para analizar el papel de las organizaciones de pequeños productores de café en la generación de estrategias para enfrentar la crisis en la que está inmerso el sector. Dicho concepto se define como la capacidad colectiva de tomar decisiones y movilizar recursos valorados y escasos en un contexto sociocultural en beneficio del conjunto, proporcionando ventajas comparativas a la comunidad o el grupo con respecto al individuo aislado (Flores y Rello, 2002; Arriagada, 2003; Atria, 2003; Miranda y Monzó, 2003). En el trabajo de Ostrom (1990) el

capital social se encuentra sobre todo en forma de normas compartidas, saberes comunes, reglas de uso y se enfatiza que es un medio para solucionar problemas de acción colectiva.

Ostrom y Ahn (2003: 171) sostienen que, “al establecer cualquier actividad coordinada, los participantes logran mucho más por unidad de tiempo dedicada a una actividad conjunta si parten de los recursos de capital con objeto de reducir el nivel de aportaciones necesarias para producir un resultado conjunto”. Los aportes teóricos en torno al capital social son tan amplios que éstos han dado lugar a una tipología. Al respecto, Miranda y Monzo (2003) señalan que debido a la variedad de conceptualizaciones no es posible identificar los tipos de capital social de forma pura o aislada; varias formas del capital social son propuestas por autores distintos, entre ellas destacan las siguientes: capital social estructural, capital social cognoscitivo, capital social de unión (*bonding*), capital social de puente (*bridging*), capital social de conexión (*linking*), capital social individual, capital social grupal, capital social comunitario y capital social externo.

Este trabajo analiza el capital social comunitario, que se refiere a individuos que forman parte de un grupo y está relacionado con las normas y redes que otorgan a dichos individuos la capacidad de actuar de manera colectiva, siendo la fuente de esa capacidad no los individuos sino la suma e interacción de éstos, agrupados en una organización, en busca del logro de un objetivo común. Se optó por este tipo de capital social porque privilegia la acción colectiva sobre la individual, además, en las organizaciones campesinas permite a los productores y sus familias alcanzar objetivos que estarían fuera de su alcance si actuaran de manera individual o aislada. Al respecto, Bebbington y Torres (2001) consideran que los estudios de capital social ofrecen la posibilidad de adentrarse en el conocimiento del mundo de las organizaciones y sus relaciones con los procesos de desarrollo, pues permiten una efectiva observación de las redes de confianza, mecanismos de solidaridad, lazos culturales e identidad política que como parte del tejido social explican el accionar de las organizaciones.

El estudio se realizó con dos organizaciones cafetaleras: la Unión de Productores, Beneficiadores y Exportadores de la Región de Coatepec, S. de S.S. de R. L. (UPByE) y Vinculación y Desarrollo Agroecológico en Café A.C. (Vida) ubicadas en las regiones de Coatepec y Huatusco, respectivamente, en la zona centro de Veracruz, México. Se planteó como objetivo analizar el nivel de capital social en dichas organizaciones cafetaleras para valorar en qué medida las acciones implementadas con base en éste han contribuido a superar la crisis del sector, desde la perspectiva de los miembros y dirigentes. Las preguntas de investigación que guiaron el estudio fueron las siguientes: ¿Cuál es el nivel de capital social en las dos organizaciones cafetaleras analizadas en Coatepec y Huatusco, Veracruz? y ¿En qué medida el capital social de dichas organizaciones cafetaleras se materializa en actividades grupales que contribuyan a superar la crisis de precios bajos del café?

METODOLOGÍA

Características de las regiones cafetaleras

Las regiones cafetaleras de Coatepec y Huatusco se localizan en la franja montañosa de la zona centro de Veracruz, entre los 1 000 y 1 350 m de elevación (intervalo altitudinal óptimo para el cultivo de café); con una precipitación anual entre los 1 350 y 2 200 mm, mientras que la temperatura media anual oscila entre 12 y 19 °C (Manson *et al.*, 2008). El ecosistema predominante es el bosque mesófilo de montaña, el cual brinda servicios ambientales importantes: regulación del clima, fijación del carbono, conservación de la biodiversidad, control de erosión de suelos y prevención de inundaciones, sequías y deslaves, entre otros (Williams-Linera *et al.*, 2007). En 2017 ambas regiones contribuyeron con 43.2 % de la producción estatal de café cereza, 44.7 % de la superficie sembrada, 36.4 % del total de productores de café en el estado y 32.6 % del total de municipios productores (INEGI, 2016; SIAP, 2017); estos datos revelan la importancia que

dichas regiones representan para la cafeticultura veracruzana, pues casi la mitad de la producción y superficie cafetalera y un tercio del total de municipios y productores se concentran en ellas (Figura 1).

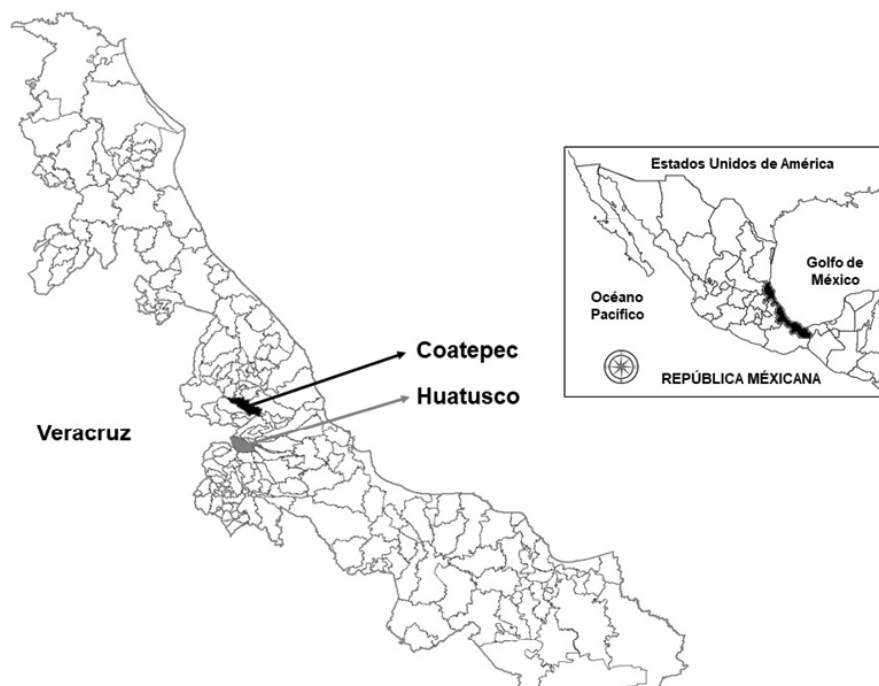


FIGURA 1.
Ubicación de las regiones cafetaleras de Coatepec y Huatusco, Veracruz

Fuente: elaboración propia.

Características de las organizaciones cafetaleras

La UPByE surge el 2 de marzo de 1993, por intervención externa, ya que fue una condicionante que el gobierno impuso como requisito para realizar la transferencia de las instalaciones del beneficio de café Puerto Rico a los productores, anteriormente operado por el INMECAFÉ. La sede de la organización se encuentra en la localidad de Las Lomas, Coatepec. La UPByE está integrada aproximadamente por 350 productores de localidades que pertenecen a los municipios de Coatepec, Emiliano Zapata, Xalapa, Teocelo, Cosautlán y Alto Lucero. El 65 % son hombres y 35 % mujeres, lo que refleja una participación femenina reducida. La edad promedio fue de 61 años (con un rango de variación de 46 a 87 años), cifra que está por encima del promedio de edad de los productores rurales en el país, que es de 54.6 años (SAGARPA y FAO, 2014a). Estos datos evidencian el envejecimiento de la población rural y la falta de relevo generacional en el campo mexicano, lo cual se relaciona en parte con la rigidez del mercado de tierras que limita el acceso de la población joven a dicho factor de producción y la baja rentabilidad de la actividad agropecuaria; problemáticas que desincentivan la permanencia de los jóvenes en el sector agropecuario (SAGARPA y FAO, 2014b). El grado promedio de escolaridad de los socios fue de 6.7 años (primaria concluida), el cual está por debajo del nacional de 9.1 años (secundaria concluida) y el estatal (8.2 años) (INEGI, 2015).

Por otro lado, Vida A.C. se constituye legalmente el 1º de abril del 2009, sin embargo, le antecede una larga experiencia organizativa como parte de la Unión General Obrero, Campesina y Popular A.C. (UGOCP) desde 1990, periodo que coincide con la crisis mundial de precios bajos del café y la reciente desaparición del INMECAFÉ. El eje organizativo de VIDA ha sido multiactivo, atendiendo las diferentes demandas y necesidades de sus asociados; por ello se han planteado como principales objetivos: fortalecer la identidad del campesino, promover la conciencia crítica entre sus miembros, apoyar la participación de las mujeres y los

jóvenes, fomentar la diversificación de los cultivos, impulsar la apropiación de los procesos de aprendizaje por parte de los productores y sus familias, lograr el control de toda la cadena de valor del café y mejores prácticas de manejo con enfoque agroecológico.

Conforman la organización 550 socios de nueve localidades del municipio de Ixhuatlán del Café, una del municipio de Amatlán de los Reyes y otra del municipio de Cosautlán de Carvajal, localizados en la región cafetalera de Huatusco. Del total de socios, 110 son productores de café orgánico certificado por CERTIMEX y 44 más se encuentran en transición. El 76 % son mujeres y 24 % hombres, lo cual refleja una alta participación femenina en la organización; situación que puede relacionarse con el proceso de “feminización del campo”, reportado en las últimas décadas en México y América Latina, el cual implica el aumento de la participación de las mujeres en las actividades productivas rurales, generalmente como resultado de la intensificación de la migración de la población masculina (CEDRISA, 2014). El grado promedio de escolaridad de los socios fue de 8 años (segundo grado de secundaria), cifra muy cercana al promedio para Veracruz (8.2 años), pero menor al promedio nacional de 9.1 años (INEGI, 2015).

Tipo de investigación e instrumento

La investigación se basó en el estudio de caso, partiendo de que una experiencia singular tiene sentido porque permite responder a una pregunta o problemática que excede la experiencia en cuestión y por tanto genera conocimiento científico válido (Stake, 2007). Para valorar el nivel de capital social en las organizaciones cafetaleras se aplicó una encuesta a los pequeños productores de café miembros de las organizaciones; el instrumento utilizado fue una adaptación del Cuestionario integrado para la medición del capital social (CIMCS) desarrollado por el Grupo de expertos de capital social del Banco Mundial (2002a), del cual se retomó la versión “núcleo” con el mínimo necesario de preguntas para captar las dimensiones esenciales que definen el capital social en una organización. Se eligió el CIMCS porque destaca las variables que reflejan la capacidad de las personas para emprender proyectos comunes y colaborar en el logro de objetivos compartidos.

El cuestionario constó de 38 preguntas distribuidas en cinco dimensiones: 1) Grupos y redes, 2) Confianza y solidaridad, 3) Acción colectiva y cooperación, 4) Cohesión e inclusión social, y 5) Empoderamiento y acción política. En la Tabla 1 se definen dichas dimensiones, retomando la conceptualización del Grupo de Expertos en Capital Social del Banco Mundial (Grootaert *et al.*, 2004). En total se aplicaron 41 cuestionarios, 20 a miembros de la UPByE y 21 en VIDA, A.C. Se obtuvieron estadísticas descriptivas. Además, para conocer algunos antecedentes e identificar las acciones colectivas que han realizado las organizaciones se aplicaron entrevistas semiestructuradas a los dirigentes.

TABLA 1.
Definición de las dimensiones del capital social

Grupos y redes	La acción de sentirse parte y participar activamente en la organización, redes formales e informales, de diversa naturaleza para cumplir propósitos colectivos.
Confianza	Actitud de los integrantes del grupo social con respecto a fiarse de sus analogos, en este caso, e los demás productores miembros de la organización a la que pertenecen.
Solidaridad	Actitud de ayudar a otros productores en casos de necesidad. Adherirse a la causa o necesidad de otros productores.
Acción colectiva	Actividades de participación grupal de los productores en acciones de beneficio común. Actuar o proceder de forma grupal.
Cooperación	Aportación de recursos o esfuerzo para una obra en beneficio de la organización.
Cohesión	Grado en el que conviven o se relacionan amistosamente los miembros de la organización.
Inclusión social	Grado en el que se aceptan los miembros de la organización a pesar de sus diferencias sociales, económicas, políticas, religiosas o de pensamiento.
Empoderamiento	Percepción que tienen los integrantes de la organización sobre su capacidad para incidir y mejorar las condiciones en que se desenvuelven.
Acción política	Actuar de manera colectiva para presionar a las autoridades u otros grupos sociales y obtener de ellos beneficios o bien que les favorezcan para incrementar su bienestar.

Fuente: adaptado de Grootaert *et al.* (2004).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Grupos y redes

El 76 % de los productores de la UPByE señaló que el principal motivo por el que decidieron formar parte de la organización fue obtener un mayor precio por su café. Aunque hasta el momento en que se aplicó la encuesta expresaron que dicho objetivo no se había alcanzado y en el grupo prevalece la expectativa de lograrlo. Sin embargo, ser miembro de la organización les ha permitido tener acceso principalmente a capacitación, asesoría técnica y algunos apoyos gubernamentales. En el caso de VIDA A.C., los socios decidieron unirse a la organización por diversos motivos, destacando que 26 % señaló que el interés por los cursos y talleres que la organización imparte fue lo que los motivó a participar.

Otras razones que mencionaron son: el acceso a los apoyos que la organización gestiona; la oportunidad de convivir y aprender con otros productores; sentirse y ser parte de un grupo o de un proyecto (sentido de pertenencia). Al respecto, Díaz-Albertini (2003) considera que el débil acceso a los mecanismos de mercado y apoyos estatales, conduce a que los sectores de menos ingresos tengan que conjuntar sus propios recursos (a través de organizaciones) para garantizar la disponibilidad de bienes y servicios, así como el apoyo social para sobrevivir. Además, el hecho de compartir expectativas se convierte en una poderosa motivación para establecer y mantener relaciones e implementar acciones conjuntas.

En cuanto a la conformación de redes, VIDA A.C. ha generado una serie de relaciones externas que han favorecido la capacitación, el intercambio de experiencias y la consolidación de un mercado para su café. Estos vínculos se han establecido no sólo con organizaciones cafetaleras, sino también con instituciones académicas y organismos gubernamentales y no gubernamentales (Figura 2). La relación más fuerte y consolidada es la que mantiene con la Red de Agroecología Comunitaria (CAN por sus siglas en inglés) de Santa Cruz California. CAN desarrolló un modelo de comercio alternativo que opera bajo principios de participación y transparencia, además asegura que detrás de la taza hay calidad en el grano y calidad de vida de los productores. A través de este modelo de mercado, VIDA A.C. junto con la Unión de Cooperativas Agropecuarias de San Ramón (UCA, San Ramón) de Nicaragua exportan café a Estados Unidos.

Otra colaboración que se está consolidando es la que VIDA A.C. tiene con la Coalición de Organizaciones de la Biorregión Jamapa-Antigua (COBIJA) cuyo interés se centra en la restauración, conservación y manejo de los recursos naturales del bosque de niebla y sistemas cafetaleros. Con COBIJA han realizado intercambios de capacitación. Entre las organizaciones que conforman la Coalición se encuentran el Consejo Regional de Café de Coatepec, A.C. (CORECAFECO), Estudios Rurales y Asesoría Campesina, A.C. (ERA), Conecta Tierra, A.C., Senderos y Encuentros para un Desarrollo Autónomo Sustentable A.C. (SENDAS), Iniciativas para la Naturaleza A.C. (INANA), de la cual reciben capacitación en meliponicultura, Global Water Watch México, A.C. (GWW México), con la cual realizan monitoreo comunitario de la calidad de agua.

La principal aportación de VIDA A.C. es mostrar que deben realizarse actividades complementarias para que las familias mejoren su calidad de vida. Además, VIDA pertenece al Sistema Producto Café y a la Asociación Veracruzana del Café. El objetivo de participar en estas instancias es la posibilidad de gestionar recursos, compartir y promover propuestas para el cuidado y manejo de los cafetales, incidir en materia de políticas públicas y luchar por presupuesto para el sector cafetalero. En este sentido, Flores y Rello (2003) señalan que las alianzas entre organizaciones de pequeños productores, empresas privadas y organismos no gubernamentales (ONG), han demostrado su utilidad, sobre todo en proyectos de reconversión productiva y de comercialización, pues gracias a ellas, los pequeños productores han tenido acceso a asistencia técnica, innovaciones tecnológicas, financiamiento y canales comerciales que de otra forma no hubiesen estado disponibles.

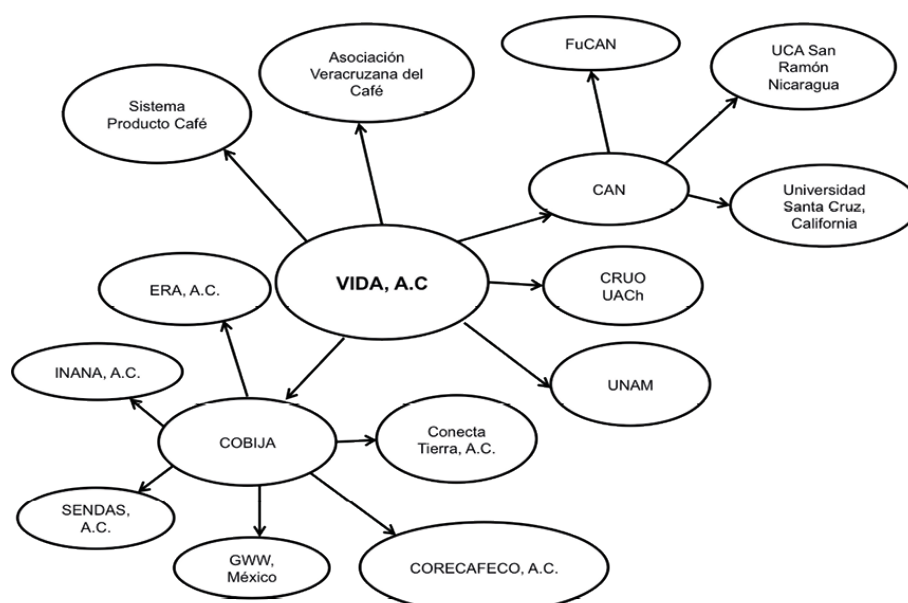


FIGURA 2.

Redes conformadas por VIDA A.C.

Fuente: elaboración propia con base en entrevista a dirigente de la organización (2017).

Fuente: elaboración propia con base en entrevista a dirigente de la organización (2017).

En contraste, los vínculos de la UPByE con otras organizaciones o instituciones fueron escasos, pues los dirigentes llevaban poco tiempo al frente de la organización y enfrentaron serios problemas relacionados principalmente con la escasez de recursos financieros, derivados de un manejo inadecuado por parte de los anteriores directivos. Sin embargo, han entablado vínculos con la Universidad Veracruzana (UV) y la Universidad Autónoma Chapingo (UACH) sobre todo para apoyar la capacitación y transferencia de tecnología a los miembros en aspectos relacionados con el cultivo del café.

Confianza y solidaridad

Al cuestionar a los productores sobre los cambios en el nivel de confianza entre los miembros de la organización durante los últimos tres años, se encontró que en la UPByE más de la mitad (55 %) considera que se ha deteriorado, mientras 40 % percibe que ha mejorado y el resto no respondió. Al respecto, Durston (2003: 262) plantea que “la confianza se constituye sobre la base de experiencias e intervenciones previas y rara vez como simples buenas intenciones con respecto al futuro”. Tomando esto en consideración, la opinión de la mayoría puede relacionarse con la falta de transparencia en el manejo de los recursos por parte de la directiva que estuvo a cargo en los últimos tres años.

En el caso de VIDA A.C., 66.7 % percibe que la confianza entre los socios mejoró y 33.3 % que se mantuvo, es decir, existe un alto nivel de confianza entre los miembros de la organización. Al respecto, la existencia de grupos de ahorro solidario (cajas de ahorro) son un ejemplo de que los lazos de confianza entre sus miembros están fortalecidos, ya que como Flores y Rello (2002) señalan, la confianza y solidaridad son elementos esenciales del capital social que permiten este tipo de asociaciones, cuya importancia radica en manejar conjuntamente algo tan valioso para las personas como el ahorro.

Para captar el nivel de solidaridad, se preguntó a los socios si contribuirían con tiempo y dinero en un proyecto de la organización, aunque no los favoreciera directamente, pero tuviera beneficios para la mayoría de los miembros. A lo cual, todos los socios en las dos organizaciones respondieron que contribuirían con tiempo; mientras, 45 % de la UPByE y 76.2 % de VIDA indicaron que estarían dispuestos también a

contribuir con dinero. Estos resultados muestran que entre los miembros de las dos organizaciones existe un alto grado de solidaridad y reciprocidad, aunque parece estar más consolidado en VIDA A.C.

Acción colectiva y cooperación

El grado de acción colectiva se registró preguntando a los socios si durante el último año habían trabajado grupalmente en actividades que la organización promovió. En la UPByE, menos de la mitad (45 %) respondieron afirmativamente, mencionando que habían asistido a los cursos de capacitación técnica sobre café que imparte personal de una instancia académica en coordinación con los directivos de la organización. Es importante destacar que dichos cursos fueron la única actividad grupal mencionada por los encuestados, lo cual refleja un bajo nivel de acción colectiva y cooperación, que se relaciona con las escasas actividades grupales impulsadas por la organización. Al respecto SAGARPA y FAO (2014a) señalan que los miembros se integran a una organización debido a que la utilidad que ésta les genera resulta mayor que actuar de manera aislada. Sin embargo, afirman que en el sector rural mexicano se observa una constante falla de la acción colectiva, por lo que el interés central que origina emprender una organización tiende a declinar progresivamente.

En contraste, en VIDA A.C. todos los socios indicaron haber participado en por lo menos una actividad grupal promovida por la organización. La Figura 3 resume las actividades que los socios encuestados mencionaron, clasificadas en cinco tipos, observándose que VIDA es una organización multiactiva que promueve estrategias diversificadas. Al respecto, Robison y Siles (2003) consideran que las organizaciones que estimulan a sus miembros a interactuar en una amplia gama de actividades (sociales y de trabajo), facilitan el desarrollo de capital social, ya que de estas interacciones surgirá la cooperación e intercambio en un amplio espectro de contextos y oportunidades. Cobo y Paz (2009) coinciden al señalar que la diversificación de actividades propicia la densificación de los lazos comunitarios, así como también el fortalecimiento de las organizaciones de segundo nivel.

Productivas	<ul style="list-style-type: none"> •Elaboración de artesanías •Herbolaria •Meliponicultura •Gallinas ponedoras •Hortalizas
Administrativas	<ul style="list-style-type: none"> •Apoyo en las ventas de café •Gestión de proyectos •Logística •Coordinación •Guía de visitantes •Búsqueda de mercado para productos •Desarrollo de estrategias •Inspección de la certificación orgánica
Labores en el cafetal	<ul style="list-style-type: none"> •Supervisión de fincas •Selección de semillas •Plantel de café •Árboles frutales •Injertos
Cursos y talleres de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> •Cromatografía •Cuidado del medio ambiente •Soberanía alimentaria •Medicina tradicional

FIGURA 3.
Acciones colectivas de los socios de VIDA A.C.

Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta (2017).

En cuanto al nivel de cooperación, se interrogó sobre la probabilidad de que los miembros se organizaran para ayudar a un compañero en caso de que algo desafortunado le sucediera. En la UPByE el nivel de cooperación resultó bajo, pues 55 % de los encuestados expresaron que era muy poco probable que los miembros se organizaran para apoyar a un socio que lo necesitara; mientras que en VIDA el grado de cooperación fue alto, ya que 95 % respondió que era muy probable otorgar apoyo grupal a un socio necesitado.

Cohesión e inclusión social

Se entiende por cohesión el grado en el que conviven o se relacionan amistosamente los miembros de un grupo social (Grootaert *et al.*, 2004). En este sentido, todos los encuestados en la UPByE califican la cohesión social de los miembros de la organización como “parcialmente unidos”, lo cual refleja una cohesión más bien débil, aunque su dirigente consideró que están “muy unidos”. Flores y Rello (2003) advierten que una cohesión débil limita la participación grupal, lo cual se corrobora en el caso de los miembros de la UPByE. Mientras, 62 % de los encuestados en VIDA A.C. consideran que los socios de la organización están “muy unidos” y 38 % coinciden con su director en que están “unidos parcialmente”, pues reconocen que en época de elecciones se presentan algunos conflictos, dado que los miembros tienen distintas afiliaciones políticas, a pesar de ello, se observa una mayor cohesión que en la UPByE.

Tomando en cuenta que las organizaciones no son entidades monolíticas, sino que se caracterizan por ser heterogéneas, lo que puede causar conflicto y exclusión social de algunos miembros, se preguntó a los socios en

qué medida sus diferencias dividen a la organización a la que pertenecen o propician la exclusión de algunos actores. Más de la mitad (55 %) de los encuestados de la UPByE respondió que “muy poco” y el resto tuvo una posición neutral (las diferencias no afectan); en el caso de VIDA A.C., la mayoría (96 %) afirmó que “muy poco” y 9.4 % expresó una respuesta neutral. La totalidad de los miembros de las dos organizaciones coinciden en que las diferencias entre los miembros no causan problemas importantes y tampoco existe alguna actividad en la que no puedan participar, es decir no se percibe que exista exclusión.

Empoderamiento y acción política

Respecto al empoderamiento se indagó sobre el control que tienen los socios para tomar decisiones que mejoren sus condiciones de vida y su entorno socioeconómico; 45 % de los encuestados de la UPByE consideró tener control sobre todas las decisiones que impactan sus condiciones de vida y 55 % sobre algunas. Mientras en VIDA A.C., 14.3 % afirmó controlar todas las decisiones, 33.3 % ejerce el control de muchas decisiones, 42.9 % sólo decide en algunas situaciones y dos socios (9.5 %) controlan muy pocas decisiones. En este rubro, se esperaba que en VIDA, por ser una organización más consolidada que la UPByE, los encuestados expresaran un mayor empoderamiento individual y lo contrario sucediera en la UPByE, dado que estudios como el del Banco Mundial (2002b) concluyen que un mayor empoderamiento colectivo implica un incremento del empoderamiento individual y viceversa.

Sin embargo, estos resultados atípicos se pueden relacionar con el género de los encuestados, dado que 76 % de los miembros de VIDA A.C. son mujeres y expresaron que generalmente buscan el consenso con la pareja en la toma de decisiones importantes. Esto no sucede (o al menos no fue expresado) en el caso de la UPByE, donde 65 % de los encuestados fueron hombres y su papel tradicional como jefes de familia implica culturalmente una toma de decisiones individual e independiente. Al respecto, Tepichin (2009) agrega que la investigación sobre incrementos en la capacidad de las mujeres para participar en la toma de decisiones ha estado ligada a temáticas de empoderamiento y autonomía; sin embargo, considera que es fundamental desligarse de enfoques de empoderamiento que partan del supuesto de que entre más participación tienen las mujeres en las decisiones de una organización, automáticamente se incrementa su poder de decisión personal y familiar para mejorar sus condiciones de vida, dado que esto no es un proceso automático, sino que implica aspectos culturales y de roles de género tradicionales que son difíciles de cambiar, sobre todo en el medio rural.

La acción política en las organizaciones se registró mediante la frecuencia con que los socios se reunieron para realizar peticiones a funcionarios de gobierno o líderes políticos con el fin de gestionar algún proyecto que beneficiara a la organización. Al respecto, 40 % de los encuestados de la UPByE señaló que “muchas veces” se reunieron con ese fin, 50 % “algunas veces” y 10 % refirió que “nunca”; al cuestionarles si alguna de las peticiones tuvo éxito, todos expresaron que la mayoría no logró su objetivo. En cambio, 42.9 % de los encuestados de VIDA A.C. manifestó que han sido “muchas” las veces que se reunieron para realizar alguna petición, 47.6 % considera que “algunas veces” y 9.5 % no contestó. El 89.5 % de los socios que respondieron haberse reunido para hacer peticiones, percibe que todas o la mayoría de éstas tuvieron éxito, y el resto (10.5 %) ignora cuál fue el resultado de dichas solicitudes. Es decir, se observa un mayor grado de acción política exitosa en esta segunda organización, comparada con la UPByE.

Nivel de capital social en las organizaciones cafetaleras

En la Tabla 2 se presenta un resumen del nivel de capital social en las dos organizaciones, en las diferentes dimensiones abordadas. Se observa que en la UPByE de la región de Coatepec el nivel de capital social es bajo pues a excepción de la solidaridad, el resto de las dimensiones que lo conforman presentan bajos niveles. Por el contrario, en VIDA A.C. de la región Huatusco el nivel de capital es alto, pues los valores alcanzados por

los elementos de confianza, solidaridad, participación y cooperación son elevados, lo cual favorece una fuerte cohesión entre sus integrantes y confiere a la organización un gran potencial para promover la mejora del nivel de vida de sus miembros y detonar procesos autogestivos de desarrollo en las regiones donde opera.

TABLA 2.
Nivel de capital social en las organizaciones cafetaleras de Coatepec y Huatusco

Dimensión	UPByE	VIDA A.C.
Grupos y redes	POCO DENSAS: instituciones académicas.	CONSOLIDADAS: organizaciones cafetaleras, instituciones académicas, organismos gubernamentales y no gubernamentales.
Confianza	BAJO: 55 % de los socios considera que se la deteriorada.	ALTO: 66.7 % de los socios considera que ha mejorado y 33.3 % que permanece igual.
Solidaridad	ALTO: 100 % contribuye en las actividades de la organización con trabajo y 45 % con dinero.	ALTO: 100 % contribuye a las actividades de la organización con su trabajo y 76 % con dinero.
Acción colectiva	LIMITADA: talleres de capacitación.	DIVERSIFICADA: múltiples acciones diversificadas en cuatro ejes (ambiental, económico, social y resiliencia).
Cooperación	BAJO: 55 % considera poco probable que el grupo se una para apoyar a un compañero que lo necesite.	ALTO: 95 % considera muy probable que el grupo se una para apoyar a un compañero que lo necesite.
Cohesión	DEBIL: 100 % considera que el grupo está unido parcialmente.	FUERTE: 62 % considera que el grupo está muy unido y 38 % que parcialmente.
Inclusión social	MEDIA: 55 % afirmó que sus diferencias dividen muy poco a la organización.	ALTA: 96 % afirmó que sus diferencias dividen muy poco a la organización.
Empoderamiento	MEDIO: 45 % afirmó tener control sobre todas las decisiones que impactan su vida (sobre todo en el caso de los hombres).	MEDIO: 14.3 % afirmó controlar todas sus decisiones, mientras que 42.9 % sólo decide en algunas situaciones, porque se trata de mujeres que consultan con sus parejas.
Acción pública	MEDIA: 40 % señaló que se reúnen "muchas veces" para gestionar algún proyecto que beneficie a la organización, pero sin éxito.	ALTA: 42.9 % señaló que se reúnen "muchas veces" para gestionar algún proyecto que beneficie a la organización y 89.5 % percibe que la mayoría de sus gestiones tuvieron éxito.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta (2017).

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta (2017).

ACTIVIDADES GRUPALES DE LAS ORGANIZACIONES CAFETALERAS

La única actividad grupal que actualmente realiza la UPByE con miras de enfrentar la crisis cafetalera desde el aspecto productivo, son los talleres de capacitación en control y manejo de plagas y enfermedades, fertilidad de suelo, abonos orgánicos y producción de planta, que les proporciona la Universidad Veracruzana mediante un convenio de colaboración que fue promovido principalmente por esta instancia académica con los directivos de la organización. Ésta, aunque representa una fortaleza para sus miembros ya que todos los encuestados manifestaron que de no pertenecer a la organización no tendrían acceso a capacitación y asesoría técnica en aspectos de cafecultura, es una actividad aislada o de poca incidencia para enfrentar la crisis cafetalera. La anterior afirmación se constata, ya que al cuestionarles en qué medida las actividades grupales que la organización promueve ayudan a contrarrestar la crisis de precios bajos del café, todos los encuestados indicaron que en nada; sin embargo, consideran que si no fueran miembros de la organización su situación como productores de café sería aún más difícil, ya que pertenecer a un grupo les confiere cierta fortaleza, aunque sea mínima.

En cambio, las actividades grupales que VIDA A.C. realiza para optimizar todos los eslabones de la cadena productiva del café y de esta forma afrontar la crisis, están diversificadas en cuatro ejes: económico, ambiental, sociocultural y de resiliencia del sistema.

1. Eje ambiental. VIDA A.C. promueve la producción de café bajo sombra y buenas prácticas para la conservación de suelos; este proceso inicia con la medición de la diversidad arbustiva y arbórea con el objetivo de conocer el número de árboles presentes en la finca y valorar los servicios que éstos pueden brindar a las familias; también se registra la presencia de polinizadores nativos como estrategia para asegurar la polinización tanto de los cafetales como de los árboles del bosque mesófilo de montaña. En el Programa de manejo integrado de suelos realizan diagnósticos fisicoquímicos y cromatografías para analizar la calidad del suelo; gracias a esto detectaron que existe una desmineralización del suelo por lo que implementaron el Programa de incorporación de minerales a través de abonos orgánicos y bioles que van desde compostas simples, lombricompostas hasta biofertilizantes. Con Global Water Watch realizan monitoreos comunitarios para la medición de la calidad del agua del río Jamapa que atraviesa por el municipio de Ixhuatlán del

Café. El enfoque agroecológico no sólo está presente en el manejo, cuidado y conservación de los cafetales, también lo han implementado en los hogares de las familias productoras de café, donde promueven el uso de ecotecnias, tales como estufas ahorradoras de leña, captación de agua pluvial, instalación de filtros de agua para consumo humano y baños secos, en comunidades donde no tienen acceso a agua potable.

2. Eje económico. Incluye la revalorización de todos los productos que se encuentran en el cafetal; así como la diversificación productiva de los mismos, especialmente intercalando plátano (*Musa paradisiaca*) para comercializar lo que se conoce como “velillo” (hoja de plátano que se utiliza como envoltura de tamales); con las mujeres se implementó la producción y comercialización de anturios (*Anthurium andraeanum*) y en las zonas más altas, la producción de follaje, el cual se complementa con el programa de conservación de suelos para restaurar aquellos que presentan erosión. Por otro lado, se encuentra la industrialización de subproductos de los cafetales para elaborar mermeladas y conservas, entre otros, así como la promoción del Café Agroecológico que se exporta a Estados Unidos y de la marca FEMCAFE que apoya la visibilización de las mujeres en la producción cafetalera. La venta directa del café a los consumidores y la exportación han contribuido a elevar el nivel de ingresos de las familias.
3. Eje Sociocultural. La organización realiza cursos de cafeticultura para niñas y niños, así como estancias estudiantiles interculturales con universidades de México y Estados Unidos; por ejemplo, los estudiantes de la Universidad de Santa Cruz, California conviven durante cuatro semanas con las familias cafetaleras como una experiencia de aprendizaje académico participativo. Recientemente la organización implementó el Programa de identidad campesina, donde se promueve que reconocerse como campesino debe ser símbolo de identidad y orgullo.
4. Eje de Resiliencia del sistema. VIDA A.C. fomenta la creación de grupos de ahorro solidario, además tiene un programa de salud donde han desarrollado una línea de productos de herbolaria que se denomina “Mujer que Sana”; también cuentan con promotores de salud comunitarios y se establecieron Casas comunitarias para la venta de productos medicinales, principalmente en las comunidades donde opera el Programa de soberanía alimentaria.

Con estas actividades grupales diversificadas, integrales y orientadas hacia la sustentabilidad, VIDA A.C. ha ido alcanzado sus objetivos e impulsando el desarrollo en las comunidades donde tiene injerencia, con base en la implementación de proyectos dirigidos a atender no sólo aspectos económicos y productivos, sino también socioculturales y ambientales, lo cual se ha reflejado en la mejora de la calidad de vida de los socios y sus familias. Esto explica que el 100 % de los encuestados expresaran que todas las actividades grupales realizadas en VIDA han ayudado en gran medida a superar la crisis de precios bajos del café, pues la organización se ha encargado de negociar un mejor precio. Ahora los socios transforman su café cereza en pergamino, comercializan el grano en el mercado nacional e internacional, son beneficiarios de apoyos que la organización gestiona, reciben capacitación no sólo en temas relacionados con la cafeticultura, han diversificado su actividad y mediante la venta de productos de herbolaria y artesanía obtienen un ingreso extra, entre algunos logros más relevantes.

Además, los productores consideran que de no pertenecer a VIDA A.C. estarían en desventaja porque no tendrían acceso a asesoría ni capacitación, permanecerían a merced de los intermediarios, sin la posibilidad de diversificar su ingreso, siendo sólo productores “cerceros” y en el caso de las mujeres, limitadas a su actividad de amas de casa. En este sentido, Flores y Rello (2002) señalan que la diversificación de proyectos tanto en el terreno económico como social, resulta una buena fórmula para consolidar organizaciones campesinas que buscan elevar el empleo, los ingresos y el bienestar de sus agremiados. Cobo y Paz (2009) coinciden en que los productores más persistentes y que mejor sobreviven a la crisis no son los más eficientes en la producción del aromático sino los más diversificados; pues lejos de atentar contra el buen manejo del cafetal,

la diversificación productiva (dentro y fuera de la parcela) eleva las posibilidades de conservar, mantener y eventualmente mejorar la plantación de café.

CONCLUSIONES

Ambas organizaciones han logrado conformar capital social, entendido como la capacidad colectiva de tomar decisiones y movilizar recursos en beneficio del grupo; sin embargo, éste no presenta el mismo nivel, a pesar de que las dos cuentan con una amplia experiencia en el cultivo y las regiones donde operan comparten características agroecológicas que les confieren gran potencial para producir café de calidad.

Relativo a cuál es el nivel de capital social en las dos organizaciones cafetaleras analizadas y en qué medida dicho capital se materializa en actividades grupales que contribuyan a superar la crisis de precios bajos del café en cada organización, en la región cafetalera de Coatepec, la UPByE presenta un bajo grado de capital social, producto de los bajos niveles de confianza, reciprocidad, cooperación y participación; lo cual se refleja también en una débil cohesión, así como redes y alianzas poco densas. Todo ello limita su capacidad para movilizar recursos que deriven en acciones colectivas en beneficio de sus integrantes, enfrentar asertivamente la crisis de precios bajos y mejorar el nivel de vida de los socios.

En la región cafetalera de Huatusco, la organización VIDA A.C. presenta un alto grado de capital social; expresado en mayores niveles de confianza, solidaridad, cooperación y participación, así como la presencia de redes consolidadas que han reforzado sus capacidades para realizar diversas actividades grupales en beneficio de sus miembros, lo cual ha fortalecido la cohesión del grupo y permitido enfrentar con mejores resultados la crisis de precios bajos del café, con la consecuente mejora del nivel de vida de las familias que participan en la organización.

Se reconoce que un alto nivel en las dimensiones que conforman el capital social es una condición necesaria pero no suficiente para enfrentar con éxito la crisis cafetalera, pues se requieren otros elementos como: la presencia de un líder que guíe a la organización al logro de objetivos de corto, mediano y largo plazo; transparencia en el manejo de los recursos; capacitación en los procesos productivos y de comercialización del grano; y la participación del Estado mediante políticas de apoyo integrales al sector cafetalero.

El concepto de capital social es útil para la comprensión del papel de las organizaciones cafetaleras en la generación de actividades grupales y la capacidad que otorgan a los pequeños productores para lograr una posición más ventajosa que la de los productores aislados, así como la confianza que les brinda el no encontrarse solos y compartir objetivos comunes con otros miembros. No obstante, la falta de un consenso en su definición y de una metodología unificada, dificultan su implementación y medición. La adaptación realizada al Cuestionario Integrado para la Medición del Capital Social del Banco Mundial sirvió para conocer el nivel de capital en las organizaciones abordadas, pero se requirió la aplicación de entrevistas para complementar la información, pues algunas dimensiones del capital social son difíciles de captar con un solo instrumento. Por lo anterior, se recomienda una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener mayor información que enriquezca el análisis.

Finalmente, es importante señalar que el estudio se centró en aspectos internos de las organizaciones cafetaleras, pero no se abordó el papel del Estado en la conformación del capital social a través de sus políticas y acciones institucionales, aunque es un elemento relevante que influye en el logro de los objetivos de las organizaciones. Por ello, se recomienda para estudios posteriores analizar este aspecto que aún queda pendiente.

REFERENCIAS

Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFÉ) (2012). *Plan Integral de Promoción del Café*. México: AMECAPÉ.

- Arriagada, Irma (2003). "Capital social: potencialidades y limitaciones analíticas de un concepto". *Estudios Sociológicos*, XXI(3), pp. 557-584.
- Atria, Raúl (2003). "Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo". En Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL/Universidad del Estado de Michigan, pp. 581-590.
- Bartra, Armando (2006). "Virtudes económicas, sociales y ambientales del café certificado. El caso de la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca". En Beatriz Canabal, Gabriela Contreras y Arturo León (coords.), *Diversidad rural: estrategias económicas y procesos culturales*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Plaza y Valdés, pp. 153-202.
- Banco Mundial (BM) (2002a). *Cuestionario integrado para la medición del capital social*. Washington, D.C: Banco Mundial.
- Banco Mundial (BM) (2002b). *Empoderamiento y reducción de la pobreza*. Colombia: Banco Mundial/Alfaomega colombiana.
- Bebbington, Anthony y Torres, Víctor Hugo (eds.) (2001). *Capital social en los Andes*. Quito, Ecuador: Abya-Yala, 171 pp.
- Comisión de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA) (2014). "Condiciones económicas y sociales de las mujeres rurales en México". *Cámara*, 5(51), pp. 3-16. Recuperado de <https://www.cdrssa.gob.mx>
- Cobo, Rosario y Paz, Lorena (2009). *Milpa y cafetales en Los Altos de Chiapas, México*. México: CONABIO, 134 pp.
- Díaz-Albertini, Javier (2003). "Capital social, organizaciones de base y el Estado: recuperando los eslabones perdidos de la sociabilidad". En Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL/Universidad del Estado de Michigan, pp. 247-302.
- Durston, John (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 Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL/Universidad del Estado de Michigan, pp. 147-202.
- Escamilla, Esteban y Landeros, Cesáreo (2016). *Cafés diferenciados y de especialidad*. México: Centro Nacional de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Café, 51 pp.
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). (2013). *El poder de las asociaciones: Forjar alianzas para una agricultura sostenible en pequeña escala*. Recuperado de <https://www.ifad.org/documents/10180/e2426a95-d5b2-4351-b28205e8e166fd90>
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) (2016). "Panorama agroalimentario. Café 2016". Dirección de Investigación y Evaluación Económica y Sectorial. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/200636/Panorama_Agroalimentario_Caf_2016.pdf
- Flores, Margarita y Rello, Fernando (2002). *Capital social rural. Experiencias de México y Centroamérica*. México: CEPAL/Plaza y Valdés/Universidad Nacional Autónoma de México, 195 pp.
- Flores, Margarita y Rello, Fernando (2003). "Capital social: virtudes y limitaciones". En Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Santiago de Chile: CEPAL/Universidad del Estado de Michigan, pp. 203-228.
- Grootaert, Christiaan; Narayan, Deepa; Nyhan, Veronica, y Woolcock, Michael (2004). *Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire*. Washington, D.C.: The World Bank, 31 pp.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2015). *Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015. Estados Unidos Mexicanos*. México: INEGI, 122 pp.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2016). *Anuario estadístico y geográfico de Veracruz de Ignacio de la Llave 2016*. México: INEGI, 1167 pp.

- Manson, Robert; Contreras, Armando, y López, Fabiola (2008). "Estudios de la biodiversidad en cafetales". En Robert Manson, Vicente Hernández, Sonia Gallina y Klaus Mehlreter (eds.), *Agroecosistemas cafetaleros de Veracruz. Biodiversidad, manejo y conservación*. México: INECOL/INE-SEMARNAT, pp. 1-14.
- Miranda, Francisca y Monzó, Evelyn (2003). *Capital social, estrategias individuales y colectivas: el impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile*. Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 76 pp.
- Ostrom, Elinor (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Nueva York: Cambridge University Press, 280 pp.
- Ostrom, Elinor y Ahn, T.K. (2003). "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva". *Revista Mexicana de Sociología*, 65(1), pp. 155-233.
- Robison, Lindon y Siles, Marcelo (2003). "El paradigma del capital social y las organizaciones". En Fidel Jaramillo y María Teresa Szauer (eds.), *Capital social: clave para una agenda integral de desarrollo*. Caracas, Venezuela: CAF, pp. 157-176.
- Sánchez, Gladys Karina (2015). *Los pequeños cafecultores de Chiapas. Organización y resistencia frente al mercado*. México: UNICACH, CESMECA 225 pp.
- Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2014a). *Estudio sobre el desarrollo institucional de las organizaciones rurales en México*. México: SAGARPA/FAO, 40 pp.
- Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2014b). *Estudio sobre el envejecimiento de la población rural en México*. México: SAGARPA/FAO, 67 pp.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (2017). "Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera". Recuperado de <https://www.gob.mx/siap>
- Stake, Robert (2007). *Investigación con estudios de casos*. España: Ediciones Morata, 159 pp.
- Tepichin, Ana María (2009). "Autonomía para participar en decisiones: elemento central para el combate a la pobreza con equidad de género". *Estudios Sociológicos*, XXVII(79), pp. 111-146.
- Williams-Linera, Guadalupe; Guillén, Antonio; Gómez, Orlik, y Lorea, Francisco (2007). "Conservación en el centro de Veracruz, México. El bosque de niebla: ¿reserva, archipiélago o corredor biológico?". En Gonzalo Halffter, Sergio Guevara y Antonio Melic (eds), *Hacia una cultura de conservación de la diversidad biológica*. España: Monografías Tercer Milenio/Sociedad Entomológica Aragonesa, pp. 303-310.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Cristian Kraker Castañeda: Editor asociado