

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

<https://doi.org/10.35381/r.k.v9i18.4151>

Organización Yaxcoffe. Aspectos culturales y comercio justo en el norte de Chiapas, México

Yaxcoffe Organisation. Cultural aspects and fair trade in northern Chiapas, Mexico

René Mercado-Dávila

rmercadod@gmail.com

Universidad Autónoma Chapingo, Chapingo, Texcoco
México

<https://orcid.org/0000-0002-5797-9067>

Julio Baca-del-Moral

julio.baca56@gmail.com

Universidad Autónoma Chapingo, Chapingo, Texcoco
México

<http://orcid.org/0000-0002-2197-2517>

Fabio Alberto Pachón-Ariza

fapachona@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Cundinamarca
Colombia

<https://orcid.org/0000-0002-2035-2228>

Cristóbal Santos-Cervantes

chicauac@hotmail.com

Universidad Autónoma Chapingo, Chapingo, Texcoco
México

<http://orcid.org/0000-0002-4713-3439>

Recepción: 10 de marzo 2024

Revisado: 15 de mayo 2024

Aprobación: 15 de junio 2024

Publicado: 01 de julio 2024

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue analizar la organización Yaxcoffe. Aspectos culturales y comercio justo, en el norte de Chiapas, México. El método empleado en la investigación, se basó en el enfoque cualitativo, manejando la recolección y análisis de una tipología documental-bibliográfica, lo que permitió organizar un análisis del objeto de estudio con la intención de descubrir el objetivo presentado por los investigadores. La técnica de indagación aplicada fue la entrevista. La misma se aplicó en profundidad a seis miembros de la dirección actual y dos de directivas anteriores de Yaxcoffe. Se concluye que el mantenimiento de Yaxcoffe, una empresa dedicada al cultivo de café orgánico orientado a la exportación bajo el esquema de Comercio Justo ha sido viable por más de veinticinco años. Esto se debe a que las exigencias sociales, ambientales y de calidad impuestas por los clientes de las tostadoras europeas se reflejan en normas para los productores, las cuales se alinean con elementos culturales propios de la comunidad productora.

Descriptor: Cultura; café; comercio. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The general objective of the research was to analyze the organization Yaxcoffe. The method used in the research was based on a qualitative approach, involving the collection and analysis of a documentary-bibliographic typology, which allowed an analysis of the object of study to be organized with the intention of discovering the objective presented by the researchers. The enquiry technique used was the interview. It was applied in depth to six members of Yaxcoffe's current management and two members of previous management. It is concluded that, we found that the maintenance of Yaxcoffe, growing export-oriented organic coffee in the Fair-Trade scheme, has been viable for more than twenty-five years because the social, environmental and quality demands of the European roasters' clients are expressed in terms of standards for the producers and correspond to cultural elements.

Descriptors: Culture; coffee; trade. (UNESCO Thesaurus).

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

INTRODUCCIÓN

El café se produce en países del sur global. De aproximadamente 70 países que producen el aromático, tres han concentrado en los últimos 15 años el 55% de la producción mundial: Brasil con un 32-43%, Vietnam con un 12-13% y Colombia con un 8-9% (Figueroa Hernández et al., 2018). Por su parte, de los 12 estados de la República Mexicana donde se cultiva café, Chiapas produjo el 41.3%, Veracruz el 24.4%, Puebla el 15.8%, Oaxaca el 8.2% y Guerrero el 4.5%. Estas cifras coinciden con el Sistema de Información Agroalimentario y Pesquero (SIAP) de la Secretaría de Agricultura, que reportó que, en el año 2021, de las 31,991.70 toneladas de café orgánico producidas, los estados que más aportaron fueron: Chiapas con 28,574.48 toneladas (89.23%), Oaxaca con 2,810.15 toneladas (8.78%) y Puebla con 607.07 toneladas (1.90%) (SIAP, 2023). En México, en 2019, se cultivaron 680 mil hectáreas de café por 509,817 productores, de los cuales el 95.4% son jefes de familia (CEDRSSA, 2020).

En 1963 se creó la Organización Internacional del Café (OIC) para regular el mercado internacional del aromático. En México, el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé), creado en 1956, operaba como un organismo paralelo a la OIC. Tanto la OIC como el Inmecafé estabilizaban los precios, abastecían regularmente a los consumidores internacionales, permitían la inversión en el sector, limitaban la especulación en la bolsa de valores y aseguraban ingresos complementarios a los productores (Renard, 1999).

En tal sentido, en 1973, el Inmecafé creó un programa para la organización de los productores en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC) con el fin de impulsar la producción y el acopio, distribuyendo adelantos financieros a los productores. Como resultado, el acopio pasó del 4.9% al 47% entre las cosechas de 1971 y 1981 (Renard, 1999). El Inmecafé fomentaba la producción basada en los principios de la Revolución Verde (Cotter, 2003, citado por Venegas et al., 2020).

El ascenso del neoliberalismo en los años ochenta liberó las fuerzas del libre mercado cafetalero. La OIC dejó de operar en 1986 y el Inmecafé en 1989, dejando a los

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

productores expuestos a los abusos de los compradores locales. Este cambio benefició a los grandes tostadores internacionales, pero perjudicó a los pequeños torrefactores europeos. En esta situación, la organización cafetalera Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) de Oaxaca, México, apoyada por la organización holandesa Solidaridad, estableció contacto con pequeños torrefactores europeos y acordaron la comercialización de café cultivado con calidad y respeto a la naturaleza por pequeños productores organizados, a cambio de precios de garantía, un bono por certificación orgánica, un premio social y un 60% de anticipo del pago. Nombraron a este acuerdo Sello Max Havelaar, que fue precursor del Comercio Justo. En esta iniciativa convergieron tres actores: un segmento del mercado europeo que buscaba beneficiar a pequeños productores y obtener un producto de calidad orgánica; pequeños productores que cultivaban el aromático implementando saberes tradicionales y con respeto a la naturaleza; y pequeños torrefactores europeos afectados por el ascenso del neoliberalismo (Doppler y González, 2007).

Al respecto, la UCIRI logró la comercialización de su producción con mejores precios aprovechando un “intersticio de la globalización”, sin embargo, las UEPC y otras organizaciones campesinas colapsaron frente al proyecto neoliberal. La UCIRI apoyó a algunas organizaciones para comercializar. La primera de ellas fue la organización Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) (Sánchez Juárez, 2015). Sin duda el Comercio Justo mejoró los ingresos de los productores organizados, pero esta mejora no ha logrado, en más de dos décadas, paliar las condiciones de pobreza de los productores cafetaleros (Sotelo Polanco et al., 2017; Méndez et al., 2010), sumado a una problemática comercial compleja y futuro incierto (Rodríguez Moreno, 2014). A pesar de esta situación adversa, pequeños productores organizados se han mantenido en el tiempo produciendo café orgánico y vendiendo su producción principalmente en Comercio Justo.

Por todo lo planteado, el objetivo general de la investigación es analizar la organización

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

Yaxcoffe. Aspectos culturales y comercio justo, en el norte de Chiapas, México.

MÉTODO

El método empleado en la investigación se basa en el enfoque cualitativo, manejando la recolección y análisis de una tipología documental-bibliográfica. (Hernández et al., 2014), lo cual permite organizar un análisis del objeto de estudio con la intención de descubrir el propósito presentado por los investigadores. La técnica de indagación aplicada es la entrevista; la herramienta empleada será la guía de entrevista. La misma se aplica en profundidad a seis miembros de la dirección actual y dos de directivas anteriores de Yaxcoffe.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos luego del desarrollo del método planteado.

De acuerdo con entrevistas a profundidad con informantes clave se conoció que, ante los bajos precios pagados por los compradores locales del café en los años noventa, un grupo de productores en el municipio de Tumbalá, en 1993, decidieron agruparse y defender sus intereses. Este grupo, que retomó el cultivo del café sin el uso de agroquímicos (Folch y Jordi, 2019), formó la organización Tsi Jib Babi (camino nuevo) y buscaron el apoyo de la UCIRI, logrando comercializar su producción a través de Comercio Justo. Del año 1995 a 1999, esta organización promovió la formación en el municipio de otras ocho organizaciones con el mismo objetivo, todas con la figura de Sociedad de Solidaridad Social (SSS), estableciendo normas comunitarias para la producción orgánica y certificando y exportando con apoyo de la UCIRI; esto significó “un cambio afín con las sabidurías tradicionales y a contracorriente de la globalización dominante” (Montoya y Toledo, 2020).

Esta acción colectiva expresa la apropiación del espacio creado por los productores en

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

el curso de su historia y vida cotidiana, con sus relaciones productivas simbióticas con la naturaleza, relaciones familiares y sociales, construcción de cosas materiales y símbolos e identidad (Lefebvre, 1974).

Acopiando su producción y vendiéndola a través de Comercio Justo, buscando un mejor precio, las organizaciones ejercían un poder en franca lucha con el poder de los comerciantes internacionales asentados en la región y sus intermediarios locales (Giménez, 1999; Mazurek, 2006). Y, de acuerdo con los resultados de las entrevistas a los informantes clave, para consolidar su organización y lograr la exportación directa a compradores internacionales, las nueve figuras SSS constituyeron una Federación de Sociedades de Solidaridad Social (FSSS) a la que pusieron el mismo nombre de Tsi Jib Babi.

En la siguiente década, Tsi Jib Babi inició la exportación directamente a compradores internacionales con el apoyo de empresas exportadoras. En esta década el hongo del cafeto, la Roya, diezmó las plantaciones y afectó la calidad y cantidad de la producción. Los productores enfrentaron la plaga con prácticas agroecológicas, como almácigos locales para renovación, seleccionando plantas resistentes al hongo o con introducción de otras variedades y con el manejo de sombríos. A este problema de origen externo, se sumaron problemas internos originados, de acuerdo con los informantes clave, por la inexperiencia en cuestiones comerciales de la dirección de la organización y por la falta de probidad de algunos directivos. A fines de la década del 2000 se reestructuraron los Comités Directivos y de Vigilancia y se logró saldar los adeudos bancarios, acordaron con algunas comunidades el aplazamiento de complementos de pago y, renegociaron plazos de entrega al principal comprador internacional. Ante las dificultades financieras, los directivos, técnicos y representantes trabajaron en forma honoraria; los comisionados asistiendo a reuniones y organizando a las comunidades sin apoyo para gastos y muchos productores aportaron su producción a crédito. Para reestructurar la figura jurídica para la exportación y superar la crisis, los 600 socios de la Tsi Jib Babi constituyeron, en 2011,

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

Productora y Comercializadora Yaxcoffee Café Verde, S.C. de C.V. de R.L., con la que han consolidado sus relaciones comerciales en un mercado de reglas neoliberales. Actualmente el café se negocia con compradores nacionales e internacionales que no son tostadores, sino intermediarios que compran y revenden y en muchas ocasiones el café no pasa por sus bodegas (Comunicación personal con informante clave, 28 de abril de 2023).

En las entrevistas con los informantes clave y generales, reuniones de planeación del comité y en asamblea de delegados, se observa la capacidad técnica y administrativa alcanzada para la contratación de créditos con bancos nacionales y extranjeros, acopio, almacenamiento, traslado, contratación de beneficio, negociación para venta y proceso de exportación anual de varios cientos de toneladas de café orgánico certificado, liquidación a los socios, elaboración de resúmenes e información con transparencia, además del proceso de capacitación a socios, georreferenciación de parcelas, acopio de información y trámites de certificación con diferentes empresas autorizadas. De acuerdo con las estimaciones presentadas a las empresas Certimex y Mayacert para la certificación orgánica en la cosecha 2022, la totalidad de socios es 1573, en 124 comunidades de 4 municipios, con 2,454.72 hectáreas de cafetal en producción y una cosecha estimada de café pergamino en transición y orgánico de 1,659 toneladas. Es relevante el crecimiento y logros de la organización, considerando que el apoyo institucional ha sido casi nulo porque, aunque contratan servicios y asesoría especializada, nunca ha tenido asesoría fija, dirección de personas, instituciones ni organizaciones externas.

Pero, aun con estos logros, no hay una diferencia sustancial en los resultados de venta del café en el mercado internacional respecto a los precios de algunos comercializadores privados y no se ha logrado, como se han mencionado las conclusiones de varias investigaciones, paliar las condiciones de pobreza de los productores. Sin embargo, la cantidad de socios continúa aumentando y siguen produciendo café orgánico bajo las

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

normas de Comercio Justo, por lo que existen otros elementos, adicionales a los resultados económicos, que dan cuenta del crecimiento y la permanencia.

En ese sentido, se observó entre los productores, actitudes de solidaridad, confianza, identidad y pertenencia comunitaria, que son rasgos de su cultura. Sobre todo, que en los procesos productivos adecuan sus recursos naturales y sociales de forma significativamente diferente a los procesos de los agricultores capitalistas (Van Der Ploeg, 2010). En relación con el manejo del paisaje, se observa un manejo de cafetales con mantenimiento de biodiversidad, lo que expresa cercanía con la naturaleza. Sobre todo, aspectos como el manejo de las crisis en la década del 2000: de la roya con prácticas agroecológicas; organizativa, sin denuncias violentas, con justicia y medidas internas a su ámbito social; además de otras como la transparencia en el manejo de los recursos de la organización. Son muestra de la existencia de rasgos culturales formados en el proceso social y productivo de construcción y apropiación del espacio. Las comunidades que integran Yaxcoffee, en su historia han producido sus medios materiales de vida, sus cultivos, su arraigo comunitario, una identidad y memoria colectiva. En ese proceso han constituido su cultura y su visión del mundo, su cosmovisión (Giménez, 1999).

De acuerdo con la entrevista a profundidad con un informante clave (comunicación personal, 23 de abril de 2022), la formación de la Tsi Jib Babi y la implementación de procedimientos más acordes con la naturaleza fue posibilitada por el establecimiento del canal de comercialización Max Havelaar para llegar a los consumidores europeos del café orgánico. El sello Max Havelaar evolucionó constituyendo Comercio Justo y actualmente ha establecido una normatividad para conservar los principios productivos y sociales que le dieron origen. Comercio Justo establece 10 principios (World Fair Trade Organization LA, 2021) y los puntos a observar en la cadena de producción y comercialización, para reglamentar la expedición de la certificación orgánica, los cuales publica en Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores (Fairtrade International, 2019).

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

La información recabada en entrevistas y observaciones se resumió en el cuadro 1, para relacionarla con cada una de las 10 normas de Comercio Justo (World Fair Trade Organization LA., 2021) y comprender su correspondencia.

Tabla 1.

Correspondencia de normas de comercio justo con elementos culturales de los productores.

Normas de Comercio Justo	Actividad de los productores correspondiente con las Normas de Comercio Justo
1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas	Los consensos y acuerdos para la construcción de Yaxcoffee buscan crear oportunidades para la mejoría social y de sus condiciones de vida, con solidaridad comunitaria de acuerdo con su cultura. Con Yaxcoffee impulsan la mejora de su producción orgánica para valorizarla en el mercado de Comercio Justo.
2. Transparencia y responsabilidad	Del comité para con los socios. Yaxcoffee realiza asambleas Generales de Delegados de precosecha y de cierre, en las que se planifican actividades e informan resultados. La transparencia corresponde en sus formas culturales al reconocimiento del otro como igual y la identidad con la comunidad, a ser parte del colectivo con quien se comparte historia y pertenencia social. De los productores ante sus compañeros. En los talleres de campo, los productores se capacitan para estimar su producción, que es información para la certificación orgánica. Los productores no proporcionan para acopio una cantidad mayor a la expresada y no incluyen producto no certificado que pueda poner en riesgo la calidad de la producción colectiva. La transparencia y responsabilidad de los productores se expresa en esta actitud de cuidado del bien colectivo, que es característica de su cultura formada en la creación de su espacio. (Giménez, 1999).
3. Prácticas comerciales justas	Yaxcoffee comercializa el café producido por cada socio en su parcela y no se permite el acaparamiento interno, lo que representa un signo cultural de respeto por otros productores que se consideran igual frente a la comunidad.
4. Pago de un precio justo	En la construcción de Yaxcoffee es un objetivo central que, aunque ha mejorado parcialmente con la negociación con los

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

	compradores, no se ha logrado satisfactoriamente, por razones económicas que rebasan este artículo.
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso	Se observó en las visitas de campo que el acompañamiento de menores de la familia con los adultos se realiza fuera de horarios escolares, los más pequeños conviven y juegan con la naturaleza y los mayores aprenden y practican los métodos de cultivo. Esta práctica es una práctica cultural ancestral, la trasmisión de conocimientos locales de padres a hijos. La producción cafetalera solo en época de cosecha requiere mano de obra adicional, y por el trabajo, se contratan adultos.
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)	Se debe señalar que a pesar de la insistencia del Comité y de delegados, la participación de mujeres en organismos de Yaxcoffee es minoritaria. En reuniones en comunidades hay más participación de mujeres, por interés propio o en representación familiar. Se observó que las mujeres participan en fases de la producción y constantemente en las decisiones familiares en torno al trabajo productivo. Pero avanzar en equidad de género es un trabajo pendiente. La asociación en Yaxcoffee siempre ha sido por libre acuerdo de los grupos en base a sus costumbres comunitarias.
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo	La producción cercana a la naturaleza, sin químicos tóxicos, mejora las mejores condiciones del trabajo productivo. Esto ha sido parte de la creación y apropiación de su espacio y de su cultura y corresponden con los lineamientos de Comercio Justo.
8. Facilitar el desarrollo de capacidades	Yaxcoffee, por acuerdo de los productores, impulsa la capacitación en base a la información acopiada en cursos y talleres. Este programa abarca a la totalidad de los productores en un plan de mediano plazo que se basa en el aprovechamiento de los saberes locales.
9. Promoción del Comercio Justo	Comercio Justo centra la norma en la difusión de los principios y beneficios. Yaxcoffee implementa los principios de acuerdo con su cosmovisión y costumbres, promoviendo la asociación con otras organizaciones de productores con visión y cultura similares.
10. Respeto por el medio ambiente	Comercio Justo enfatiza el uso de materias primas locales y procesos productivos de bajo consumo energético. Para los productores de Yaxcoffee este principio corresponde a una práctica habitual, ya que han construido su espacio y se han apropiado de él (Lefebvre, 1974) aplicando sistemas productivos más acordes con la naturaleza y respetando la biodiversidad. para obtener un producto orgánico amigable con la naturaleza y

de alta calidad.

Elaboración: Los autores.

Con la investigación se encontró que los productores de Yaxcoffee conservan una agricultura más sostenible y respetuosa del medio ambiente y sus vínculos de vida comunitaria de indígena, aplicando conocimientos y prácticas agroecológicas tradicionales (Folch y Jordi, 2019). Los productores, en un contexto de dependencia y marginación, manifiestan el aspecto central de su condición en la lucha por su autonomía, que materializan en su pertenencia a Yaxcoffee (Van Der Ploeg, 2010) Yaxcoffee ha mantenido su organización y comercializado su producción orgánica a través de Comercio Justo por más de dos décadas, y esto ha sido viable porque las normas de Comercio Justo, derivadas de las preferencias de un sector de consumidores, corresponden a prácticas productivas basadas en sabidurías tradicionales, de producción de pequeña escala y a elementos culturales de los productores.

CONCLUSIONES

Aproximarse al conocimiento de los elementos que posibilitan el mantenimiento en el tiempo de organizaciones de productores es un problema complejo. En la investigación se observa que el adecuado funcionamiento económico, que es importante, no es el elemento determinante. Los apoyos logísticos y económicos institucionales para el escalamiento del proceso productivo a eslabones superiores de la cadena, que ha sido política pública, no han sido esenciales para el mantenimiento en el tiempo de Yaxcoffee. Como una alternativa a la comprensión de los elementos que posibiliten esa permanencia, con la investigación encontramos que el mantenimiento de Yaxcoffee, cultivando café orgánico orientado a la exportación en el esquema de Comercio Justo, ha sido viable por más de veinticinco años porque las exigencias sociales, ambientales y de calidad de los clientes de las tostadoras europeas se expresan en normas para los

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

productores y, que estas normas se corresponden con elementos culturales manifestados en producción cercana y de respeto con la naturaleza, producción en pequeñas parcelas con insumos orgánicos, aplicación de saberes tradicionales, sentido de identidad y pertenencia social.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A los actores sociales y las universidades involucradas en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria. (2020). Los apoyos directos a los productores de café y sus resultados. [Direct support to coffee producers and its results]. <https://n9.cl/n6ufu>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (1997). Instituciones y Organizaciones de Productores Rurales Experiencias de Interés para Centroamérica. [Institutions and Organizations of Rural Producers Experiences of Interest for Central America]. México: Biblioteca Cepal. <https://n9.cl/3h029>
- Doppler, F., y González, A. (2007). El Comercio Justo: Entre la institucionalización y la confianza. [Fair Trade: between institutionalisation and trust]. *Problemas del desarrollo*, 38(149), 181-202. <https://n9.cl/ruewx>
- Fairtrade International. (2019). Criterio de Comercio Justo Fairtrade para organizaciones de pequeños productores. [Fairtrade Standard for Small Producers' Organizations]. <https://n9.cl/dw5744>

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

- Figueroa Hernández, E., Pérez Soto, F., Godínez Montoya, L., y Pérez Figueroa, R. (2018). Los precios de café en la producción y las exportaciones a nivel mundial. [Coffee prices in production and exports at the global level]. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época REMEF*, 14(1),41-56. <https://doi.org/10.21919/remef.v14i1.358>
- Folch, A., y Jordi, P. (2019). Cooperation, Fair Trade, and the Development of Organic Coffee Growing in Chiapas (1980-2015). *Sustainability* 11(2), 357. <https://doi.org/10.3390/su11020357>
- Giménez, G. (1999). Territorio, cultura e identidades, la región socio-cultural. [Territory, culture and identities, the socio-cultural región]. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, V(9), 25-57. <https://n9.cl/18j8q>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación [Investigation Methodology] (6ta. ed.). México: McGraw-Hill. <https://n9.cl/t6g8vh>
- Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio. [The production of space]. *Papers Revista de Sociología*, 3(1974) 219-229. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v3n0.880>
- Mazurek, H. (2006). Espacio y territorio. Instrumentos metodológicos de investigación social [Space and territory. Methodological tools for social research]. La Paz, Bolivia: Universidad para la Investigación Estratégica en Bolivia (U-PIEB). <https://n9.cl/sj39ng>
- Méndez, E., Bacon, C., Olson, M., Petchers, S., Herrador, D., Carranza, C., Trujillo, L., Guadarrama-Sugasti, C., Córdón, A., y Mendoza, Á. (2010). Effects of Fair Trade and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and México. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(3), 236-251. <http://dx.doi.org/10.1017/S1742170510000268>
- Montoya, D., y Toledo, V. (2020). Historia de la Caficultura en Chiapas (1880-2010). Apuntes de una evolución social y ambiental. [History of Coffee Growing in Chiapas (1880-2010). Notes of a social and environmental evolution]. *Sociedad y Ambiente*, 23, 1-25. <https://doi.org/10.31840/sya.vi23.2187>.
- Renard, M. (1999). Los intersticios de la globalización: un label Max Havelaar para los pequeños productores de café. [The interstices of globalisation: a Max Havelaar label for smallholder coffee farmers]. México: Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos. <https://doi.org/10.4000/books.cemca.510>

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

- Rodríguez Moreno, J. (2014). ¿Es posible desarrollarse en torno al café orgánico? Las perspectivas de un negocio local-global en comunidades mayas. [Is it possible to develop around organic coffee? The prospects for a local-global business in Mayan communities]. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 19, 217-241. <https://doi.org/10.7440/antipoda19.2014.10>
- Sánchez Juárez, G. K (2015). Los pequeños cafecultores de Chiapas. Organización y resistencia frente al mercado. [Small coffee farmers in Chiapas. Organisation and resistance to the market]. (Colección Thesis Nro. 4) Chiapas, México: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. <https://doi.org/10.29043/CESMECA.rep.783>
- Sistema de Información Agroalimentario y Pesquero. (2023). Cierre de la producción agrícola (1980-2021). [Closing of agricultural production (1980-2021)]. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola. <https://n9.cl/cwod>
- Sotelo Polanco, I., y Cruz Morales, J. (2017). ¿Quién se beneficia de las certificaciones de café orgánico? El caso de los campesinos de La Sepultura, Chiapas. [Who benefits from organic coffee certifications? The case of the farmers of La Sepultura, Chiapas]. *Revista pueblos y fronteras digital*, 12(23), 126-148. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2017.23.290>
- Van Der Ploeg, J. (2010). Nuevos campesinos, campesinos e imperios alimentarios. [New Peasants, Peasants and Food Empires]. Barcelona, España: Itaca Editorial. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.2728.5607>
- Venegas Sandoval, A., Soto Pinto, L., Balente Herrera, O., y Álvarez Gordillo, G. (2020). Transformaciones de la caficultura en Chiapas: un análisis de las crisis desde la perspectiva del ciclo de renovación adaptativa. [Transformaciones de la caficultura en Chiapas: un análisis de las crisis desde la perspectiva del ciclo de renovación adaptativa]. *Sociedad y Ambiente*, 32,1-31. <https://doi.org/10.31840/sya.vi23.2188>
- World Fair Trade Organization LA. (2021). Comercio Justo. [Fair Trade]. <https://n9.cl/um9m9>

EPISTEME KOINONIA
Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes
Año VII. Vol VII. N°14. Julio - Diciembre. 2024
Hecho el depósito de Ley: FA2018000022
ISSN: 2665-0282
FUNDACIÓN KOINONIA (F.K).
Santa Ana de Coro, Venezuela

René Mercado-Dávila; Julio Baca-del-Moral; Fabio Alberto Pachón-Ariza; Cristóbal Santos-Cervantes

©2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).