



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE
SAN NICOLÁS DE HIDALGO**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**Competitividad Exportadora de Café a Estados Unidos
Caso: Xicotepec, Puebla**

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Presenta:

**Licenciada en Administración de Empresas Agropecuarias
Alicia Hernández Tolentino**

Director de tesis:

**Doctor en Economía y Gestión de Empresa
Jorge Víctor Alcaraz Vera**

Morelia, Michoacán, Julio de 2015



Dedicatorias

A mis padres por su ejemplo de lucha, fortaleza, amor y confianza, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por estar siempre.

A Jorge Alberto por ser mi motivación para seguir adelante, por el giro extraordinario que le dio a mi vida: la experiencia tan agradable de ser mamá.

A Miguel Eduardo, por su comprensión, paciencia y confianza, por caminar a mi lado y creer en mí. Su apoyo constante y cariño incondicional son evidencia de su gran amor.

A Maribel, Luis Alberto, Mayela y Francisco Javier por ser parte importante en mi existencia y brindarme su apoyo incondicional en todo momento.

A todos quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de este objetivo.

Agradecimientos

A mi director de tesis: Dr. Jorge Víctor Alcaraz Vera, quien me ha orientado en todo momento en la realización de este proyecto de investigación. A mis sinodales: Dra. Odette Virginia Delfín Ortega, Dr. Jerjes Izcoatl Aguirre Ochoa, Dr. Joel Bonales Valencia y Dra. Irma Cristina Espitia Moreno, quienes aportaron valiosos comentarios y observaciones a esta investigación.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo económico brindado durante la formación de la maestría. A la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por haberme permitido el logro de una de mis metas más preciadas.

Al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por el desarrollo y culminación de un paso más en mi formación. A los docentes que me han acompañado durante este camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos.

A los productores de café del municipio de Xicotepec, Puebla, los cuales aportaron su conocimiento y sobre todo su experiencia práctica a este trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

RELACIÓN DE TABLAS, CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICAS.....	VI
SIGLAS Y ABREVIATURAS	X
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	XI
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
PARTE I FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Problemática	3
1.2 Planteamiento del problema	5
1.2.1 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.2.1.1 GENERAL.....	5
1.2.1.2 ESPECÍFICAS	5
1.3 Objetivos de la investigación	6
1.3.1 GENERAL.....	6
1.3.2 ESPECÍFICOS.....	6
1.4 Justificación.....	7
1.5 Delimitación espacial y temporal	7
1.6 Hipótesis	8
1.6.1 GENERAL.....	8
1.6.2 ESPECÍFICAS	8
1.7 Identificación de variables.....	9
1.7.1 VARIABLE DEPENDIENTE	9
1.7.2 VARIABLES INDEPENDIENTES	9
1.8 Alcance de la investigación.....	9
1.9 Método de investigación.....	10
1.10 Limitaciones de la investigación	11
PARTE II ENFOQUE TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
CAPÍTULO I TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	13
1.1 Comercio internacional.....	13
1.2 Doctrina mercantilista.....	15
1.3 Teoría de la ventaja absoluta.....	17
1.4 Teoría de la ventaja comparativa	19
1.5 Modelo de heckscher-ohlin	22
1.6 La paradoja de leontief.....	25
1.7 El ciclo del producto.....	27

1.8 La similitud del país	29
1.9 Economías de escala.....	30
CAPÍTULO II ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LA COMPETITIVIDAD.....	323
2.1 Concepto de competitividad.....	34
2.2 Ventaja competitiva.....	37
2.3 Competitividad sistémica.....	42
2.4 Niveles de competitividad	46
2.5 Indicadores de competitividad.....	51
2.6 Modelos de competitividad.....	54
PARTE III MARCO REFERENCIAL.....	67
CAPÍTULO III EL SECTOR CAFETALERO EN EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL	68
3.1 Origen y dispersión del café.....	68
3.2 Producción y mercado mundial.....	70
3.3 El café en México	74
3.4 Análisis comparativo de la producción y comercialización de café Brasil-México	76
3.5 Tendencia del consumo del café	81
CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL ESTADO Y LA REGIÓN DE ESTUDIO.....	84
4.1 Descripción del estado de Puebla.....	84
4.2 Descripción de la región objeto de estudio, (Xicotepéc, Puebla).....	94
CAPÍTULO V LA CAFETICULTURA A NIVEL ESTATAL Y REGIONAL	101
5.1 Situación del café en el estado de Puebla.....	101
5.2 Situación del café en Xicotepéc, Puebla	106
PARTE IV MARCO NORMATIVO	114
CAPÍTULO VI NORMAS DE CALIDAD	115
6.1 Normas internacionales.....	115
6.2 Normas nacionales.....	117
6.3 Certificaciones	119
PARTE V PROPUESTA METODOLÓGICA PARA DETERMINAR LAS VARIABLES COMPETITIVAS QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ A ESTADOS UNIDOS.....	122
CAPÍTULO VII DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	123
7.1 Diseño de la investigación	123
7.2 Escala de medición.....	129
7.3 Escala tipo Likert	130

7.4 Población y tamaño de la muestra	133
7.5 Prueba piloto.....	134
7.6 Cuestionario final	135
7.7 Validez y confiabilidad del instrumento de medición.....	135
7.8 Obtención de datos	138
7.9 Procesamiento de las variables.....	138
CAPÍTULO VIII ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	150
8.1 Análisis de los resultados	150
CAPÍTULO IX PROPUESTA PARA CONSTITUIR UNA SOCIEDAD COOPERATIVA PARA LOS PRODUCTORES CAFETALEROS DEL MUNICIPIO DE XICOTEPEC, PUEBLA.	176
CONCLUSIONES.....	203
RECOMENDACIONES.....	209
FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	210
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	211
ANEXOS	217

RELACIÓN DE TABLAS, CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICAS**TABLAS**

Tabla 1.1	Ejemplo de la ventaja absoluta	18
Tabla 1.2	Términos de producción ricardianos en Inglaterra y Portugal	20
Tabla 1.3	Requerimiento de capital y trabajo doméstico por millón de dólares de exportación de EE.UU y de sustitución de importaciones competitivas (1947)	25
Tabla 3.1	Consumo mundial de café (miles de sacos de 60 kg)	72
Tabla 3.2	Indicadores de producción de café verde México vs Brasil	79
Tabla 5.1	Hectáreas de café georeferenciadas del estado de Puebla	103
Tabla 7.1	Medidas de tendencia central de la variable dependiente de competitividad	138
Tabla 7.2	Distribución de frecuencias de la variable dependiente de competitividad	139
Tabla 7.3	Medidas de tendencia central de las variables independientes	140
Tabla 7.4	Distribución de frecuencias de la variable independiente de calidad	141
Tabla 7.5	Distribución de frecuencias de la variable independiente de productividad laboral	142
Tabla 7.6	Distribución de frecuencias de la variable independiente de precio	142
Tabla 7.7	Distribución de frecuencias de la variable independiente de apoyos gubernamentales	143
Tabla 7.8	Distribución de frecuencias de la variable independiente de costos	143
Tabla 7.9	Distribución de frecuencias de la variable independiente de innovación	144
Tabla 7.10	Coefficiente de correlación de Pearson	145
Tabla 7.11	Coefficiente de determinación	146
Tabla 7.12	Prueba de hipótesis univariada	149

CUADROS

Cuadro 1.1	Mecanismo de flujo precio-especie	16
Cuadro 4.1	Datos estadísticos del estado de Puebla	87
Cuadro 4.2	Actividades económicas del estado de Puebla	93
Cuadro 4.3	Datos estadísticos del municipio de Xicotepec, Puebla	97
Cuadro 6.1	Normas ISO para el Café	116
Cuadro 6.2	Normas Oficiales Mexicanas para el Café	117

Cuadro 6.3	Normas Mexicanas para el Café	118
Cuadro 7.1	Valores asociados a las respuestas tipo Likert	131
Cuadro 7.2	Escala tipo Likert para los resultados generales de la investigación	132
Cuadro 7.3	Escala tipo Likert para los resultados de las variables calidad, productividad laboral, apoyos gubernamentales y costos.	132
Cuadro 7.4	Escala tipo Likert para los resultados de las variables precio e innovación	132
Cuadro 7.5	Escala para los resultados de las dimensiones	133
Cuadro 8.1	Resultados generales de la variable dependiente competitividad exportadora	151
Cuadro 8.2	Resultado de la variable independiente calidad	152
Cuadro 8.3	Resultado de la variable independiente productividad laboral	152
Cuadro 8.4	Resultado de la variable independiente precio	153
Cuadro 8.5	Resultado de la variable independiente apoyos gubernamentales	154
Cuadro 8.6	Resultado de la variable independiente costos	155
Cuadro 8.7	Resultado de la variable independiente innovación	156
Cuadro 8.8	Resultado de la dimensión procesos de la variable calidad	156
Cuadro 8.9	Resultado de la dimensión normas de calidad de la variable calidad.	157
Cuadro 8.10	Resultado de la dimensión control de calidad de la variable calidad.	158
Cuadro 8.11	Resultado de la dimensión mano de obra de la variable productividad laboral	159
Cuadro 8.12	Resultado de la dimensión organización de la variable productividad laboral	160
Cuadro 8.13	Resultado de la dimensión rendimiento de la variable productividad laboral	161
Cuadro 8.14	Resultado de la dimensión capacitación de la variable productividad laboral	162
Cuadro 8.15	Resultado de la dimensión precio de venta de la variable precio	162
Cuadro 8.16	Resultado de la dimensión mercado de la variable precio	163
Cuadro 8.17	Resultado de la dimensión canal de distribución de la variable precio	164
Cuadro 8.18	Resultado de la dimensión recursos y servicios de la variable apoyos gubernamentales	165
Cuadro 8.19	Resultado de la dimensión programas de apoyo de la variable apoyos gubernamentales	166
Cuadro 8.20	Resultado de la dimensión procesos de la variable costos	167
Cuadro 8.21	Resultado de la dimensión sueldos de la variable costos	168
Cuadro 8.22	Resultado de la dimensión comercialización de la variable costos	168

Cuadro 8.23	Resultado de la dimensión nuevas tecnologías y procesos de la variable innovación	169
Cuadro 8.24	Resultado de la dimensión asistencia técnica de la variable innovación	170
Cuadro 8.25	Resultado de la dimensión inversión de la variable innovación	170

FIGURAS

Figura 1.1	Metodología de la investigación	10
Figura 1.2	Los intercambios según el modelo neoclásico	30
Figura 1.3	Intercambios con rendimientos crecientes a escala en competencia perfecta	31
Figura 2.1	Determinante de la competitividad (diamante de Porter)	38
Figura 2.2	Niveles concéntricos jerarquizados de competitividad	46
Figura 3.1	Distribución geográfica de la producción de café en México	75
Figura 3.2	Costos y productividad de la mano de obra México vs Brasil	80
Figura 4.1	Ubicación de estado de Puebla	84
Figura 4.2	Climas del estado de Puebla	88
Figura 4.3	Relieve del estado de Puebla	90
Figura 4.4	Cuerpos de agua, vegetación, ecosistemas y zonas urbanas y agrícolas de Puebla	92
Figura 4.5	Ubicación del municipio de Xicotepec, Puebla	95
Figura 4.6	Climas de Xicotepec, Puebla	99
Figura 4.7	Uso de suelo y vegetación de Xicotepec, Puebla	100
Figura 5.1	Regiones cafetaleras georeferenciadas en el estado de Puebla	102
Figura 9.1	Organigrama de una sociedad cooperativa	177
Figura 9.2	Símbolo del cooperativismo	180
Figura 9.3	Bandera del cooperativismo	181
Figura 9.4	Estructura de una cooperativa agrícola cafetalera	191

GRÁFICAS

Gráfica 1.1	Etapas del ciclo de vida del producto	28
Gráfica 3.1	Producción mundial de café	71
Gráfica 3.2	Producción y consumo mundial anual de café.	73

Gráfica 3.3	Principales destinos del café mexicano	74
Gráfica 5.1	Distribución de la tenencia de la tierra en las unidades dedicadas al cultivo de café en Puebla	104
Gráfica 5.2	Principales plagas y enfermedades en la región Xicotepec, Puebla	107

SIGLAS Y ABREVIATURAS

BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
BM	Banco Mundial
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CQI	Coffee Quality Institute
EE. UU	Estado Unidos de América
EMF	European Management Forum
H-O	Heckscher-Ohlin
IBRD	Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo
ICE	Información Comercial Española
ICG	Informe de Competitividad Global
ICM	Informe de Competitividad Mundial
ICN	Índice de Competitividad de Negocios
IMCO	Instituto Mexicano para la Competitividad
IMD	International Institute For Management Development
IMF	Fondo Monetario Internacional
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática
IPCR	Indicador que muestra la Posición Competitiva Relativa
ISO	International Organization for Standardization
ITESM	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
ITG	Instituto Tecnológico de Georgia
(MIT)	Instituto Tecnológico de Massachusetts
NAFTA	North American Free Trade Agreement
NMX	Norma Mexicana
NOM	Norma Oficial Mexicana
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
PIB	Producto Interno Bruto
SPC	Sistema Producto Café
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNDP	Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas
VCR's	Ventajas Comparativas Reveladas
WEF	World Economic Forum

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bullionismo o Metalismo: Uso e intercambio de metales preciosos (Appleyard y Field, 2003).

Café: Cafeto y la semilla de su fruto. Bebida que se hace por infusión con esta semilla tostada y molida (Rallo y Fernández, 1998).

Calidad: Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (ISO 9000, 2001).

Certificación: Se refiere al procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas o lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacionales o internacionales (Cámara de Diputados, 2012).

Comercio Internacional: Cuando se refiere a las relaciones comerciales o de servicios, así como a las de intercambio tecnológico, se está propiamente hablando del comercio internacional, el cual se define como el intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países (Chávez, 2004).

Competencia perfecta: Mercado en el cual existe un gran número de productores y consumidores, es decir que la atomización no permite a un individuo influir sobre los precios, no hay restricciones al ingreso para ningún agente, ni para que un vendedor ofrezca cualquier cantidad del producto, así mismo no hay ningún impedimento para el consumo en cualquier volumen, se cuenta con plena información sobre el mercado, esto es que se sabe la disponibilidad de insumos, producto terminado, precios y la tecnología con que se cuenta (Castro y Mokate, 1998).

Consumidores: Comerciantes cuya principal actividad de enajenación es el consumo de bienes muebles no valorables en dinero (UNID, 2012).

Competitividad: De acuerdo con Porter (1990) la competitividad es la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio de los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

Cooperativista: Socio integrante de una sociedad cooperativa (UNID, 2012).

Exportaciones: Es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero (Bancomext, 2003).

Intervención Estatal: Se refiere a la actividad que tiene cualquier órgano de gobierno para actuar como tercero en una relación mercantil (UNID, 2012).

Just-In-Time: Sistema que tiende a producir justo lo que se requiere, cuando se necesita, con excelente calidad y sin desperdiciar recursos del sistema (Marín y Delgado, 2000).

Know-how: Término inglés que significa saber hacer o cómo hacer. Conjunto de conocimientos, producto de la información, la experiencia y el aprendizaje, que no pueden ser protegidos por una patente por no constituir una invención en el sentido estricto del término, pero que son determinantes del éxito comercial de una empresa. Para su protección sólo cabe la fórmula del secreto (ECONOMÍA, 2013).

Laissez Faire: Permitir que los individuos busquen sus propias actividades dentro de los límites de la ley, el orden y el respeto por los derechos de propiedad proporcionaría el mejor entorno para aumentar la riqueza de una nación (Appleyard y Field, 2003).

Mercantilismo: Se refiere a la compilación del pensamiento económico conformado en Europa entre 1500 y 1750. Éste no puede ser clasificado como una escuela de pensamiento formal, sino como un conjunto de actitudes similares hacia la actividad económica doméstica y el papel del comercio internacional que tendía a dominar el pensamiento y la política económicos durante este periodo (Appleyard y Field, 2003).

Normalizaciones: Son las reglamentaciones técnicas de productos, servicios y procesos industriales, comerciales de servicios, laborales, ecológicos, etc., permiten vivir en sociedad, con un comportamiento honesto y de respeto y facilitan el orden la eficiencia y la confianza respeto y facilitan el orden, la eficiencia y la confianza en las interrelaciones económicas entre proveedores, industrias, consumidores y gobierno (Ledesma, 2011).

Policy networks: Estructuras, a medio camino entre las estructuras de mercado y las estructuras jerárquicas, donde las relaciones entre los participantes presentan un bajo nivel de formalización, intercambiando información y recursos (Powell, 1990).

Políticas públicas: sucesivas respuestas del Estado (del régimen político o del gobierno de turno) frente a situaciones socialmente problemáticas (Salazar, 1994).

Precio: Cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio (Alcaraz, 2006).

Productividad laboral: Relación entre el valor de la cantidad producida y la cantidad de recursos utilizados en el proceso de producción (INEGI, 2012).

Proxy: En estadística, se refiere a una variable que de por sí no tiene gran interés, pero de la cual se pueden obtener otras de mucho interés. Para que esto sea posible, la variable proxy debe poseer una fuerte correlación, pero no necesariamente lineal o positiva, con el valor inferido. No tiene ningún valor si los datos no se ajustan a alguna relación (Götz y Stahlecker 1996).

Teoría: Es el conjunto de constructos (conceptos) Interrelacionados, definiciones y proposiciones que presentan una visión sistemática de los fenómenos al especificar las relaciones entre variables con el propósito de explicar y predecir los fenómenos (Kerlinger, 2002).

Variable: Puede definirse como una característica, atributo, propiedad o cualidad (Rojas, 1998).

RESUMEN

En la actualidad, México es uno de los principales países productores y exportadores de café a nivel mundial; pero además de sus condiciones naturales propicias para el cultivo y procesamiento de la planta, ha desarrollado una cultura vinculada al consumo del producto que es una de las más longevas tradiciones humanas. Por otra parte la tendencia del consumo a nivel mundial ha mostrado un dinamismo sobresaliente, lo cual representa una oportunidad para los pequeños productores de café del municipio del Xicotepec, Puebla, tanto de producir como también de industrializar y exportar el grano. La presente investigación tuvo por objetivo identificar las variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec, Puebla, a EE.UU. Para lograr el objetivo planteado la metodología utilizada fue principalmente la distribución de frecuencias, medidas de tendencia central, coeficiente de correlación de Pearson, coeficiente de determinación y prueba de hipótesis.

En cuanto a los resultados que se obtuvieron, se determina que la calidad es una de las principales variables que fomentan la competitividad del café de Xicotepec al mercado de Estados Unidos, el resultado que se obtuvo de esta variable en la escala tipo Likert fue de competitiva, seguida de las variables productividad laboral, precio, costos, innovación y apoyos gubernamentales, las cuales se encuentran en el rango de regular competitivo. Con el propósito de impulsar las exportaciones de café al mercado de EE.UU y al mismo tiempo eliminar el intermediarismo, se realizó una propuesta para constituir una sociedad cooperativa para los productores de Xicotepec, Puebla.

Palabras clave: Competitividad, exportación de café, Estados Unidos.

ABSTRACT

Currently, Mexico is one of the leading producers and exporters of coffee worldwide; but in addition to its natural conditions for growing and processing the plant, it has developed a culture linked to the consumption of the product that it is one of the longest human traditions. Moreover, the trend in consumption worldwide has shown outstanding dynamism, which represents an opportunity for small coffee producers in Xicotepec, Puebla, to produce as well as industrialize and export the grain. This research aimed to identify the variables that influence competitive export coffee in Xicotepec, Puebla, USA. To achieve the stated objective methodology used was mainly the frequency distribution, measures of central tendency, Pearson correlation coefficient, determination coefficient and hypothesis testing.

As for the results obtained, it is determined that the quality is one of the main variables that foster the competitiveness of the coffee market in Xicotepec to the United States, the result obtained for this variable in the Likert scale was competitive followed by the variables labor productivity, price, cost, innovation and government support, which are in the range of normal competitive. In order to boost coffee exports to the US market while eliminating the middlemen, a proposal was made to establish a cooperative society of producers in Xicotepec, Puebla.

Keywords: Competitiveness, coffee exports, United States.

INTRODUCCIÓN

México produce un promedio de 4 millones de sacos de café verde. 96% es café arábica y 4% café robusta. Es actualmente uno de los 10 principales países productores y exportadores a nivel mundial. El café se produce fundamentalmente en las vertientes de las cadenas montañosas del centro y sur del país. Todas estas son áreas estratégicas para la conservación de la biodiversidad. Más del 70% de los cafetales mexicanos se encuentra arriba de los 600 metros de altitud, lo que aunado a los microclimas, permite una alta calidad. El café de altura, cultivado por arriba de los 900 metros sobre el nivel del mar, es de los más cotizados. De los 12 estados productores, cuatro concentran la mayor cantidad: Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca (Cafesca, 2014).

Este trabajo se centra en la región de Xicotepec, Puebla, donde existen las condiciones que permiten el desarrollo de café. El interés por este estudio surgió al observar que existen variables competitivas que favorecen la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec al mercado de Estados Unidos. Por lo anterior se consideraron las variables de calidad, productividad laboral, precio, apoyos gubernamentales, costos e innovación.

Esta investigación está estructurada en cinco partes; en la primera parte se plantea los fundamentos de la investigación, el planteamiento del problema y preguntas de investigación, los objetivos, la justificación, las hipótesis de trabajo, se incluyen las variables, el alcance de la investigación y las limitaciones.

La parte dos está conformada por dos capítulos; en el primero se describen los fundamentos teóricos de la investigación y las principales teorías del comercio internacional; el segundo capítulo aborda la conceptualización de la competitividad y algunos modelos de competitividad con diferentes indicadores.

La parte tres se encuentra formada por el capítulo tres, cuatro y cinco, en el tres se expone todo lo referente al sector cafetalero en un contexto nacional e internacional, los capítulo cuatro y cinco describen el estado y la región objeto de estudio, la situación del café a nivel estatal y regional y una análisis comparativo del café Brasil vs México. En la parte cuatro se explica el marco normativo por el cual se rige la producción y comercialización de café.

En la parte cinco se elabora la propuesta metodológica de la investigación; para la fase de campo se aplicó a los productores de Xicotepec, Puebla un cuestionario compuesto por treinta y dos preguntas en el cual se utilizó una escala tipo Likert. Para el procesamiento de los datos obtenidos se emplearon de diferentes técnicas estadísticas: medidas de tendencia central, coeficiente de correlación de Pearson, coeficiente de determinación y prueba de hipótesis con la ayuda del Excel y el programa SPSS. Una vez procesada la información se realizó el análisis e interpretación de los resultados.

Enseguida se presenta la propuesta de estrategia comercial para exportación de café a EE.UU por parte de los productores de Xicotepec, Puebla. Finalmente se realizan las conclusiones, recomendaciones y futuras líneas de investigación pertinentes a esta investigación.

PARTE I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para desarrollar este trabajo se exponen los fundamentos básicos que le dan rumbo a la investigación; se describe de forma general la problemática del sector cafetalero, así como el planteamiento del problema, esto conduce a las preguntas, objetivos e hipótesis de investigación; una vez hecho lo anterior el siguiente paso es explicar la trascendencia que tendrá, así como el tipo de investigación, la identificación de variables, el método de investigación, el universo y muestra de estudio, y los alcances y limitaciones.

1.1 PROBLEMÁTICA

Actualmente la tendencia hacia la globalización induce a las diferentes economías a ser más competitivas; sin embargo este reto no es sencillo, puesto que se deben conocer las variables que afectan a los diversos sectores productivos, así como la magnitud en que explican su comportamiento.

El sector cafetalero ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y empleos en el medio rural por lo tanto su desarrollo y crecimiento dentro de la economía nacional e internacional debe ser primordial. La mayoría de los trabajadores que dependen del café para subsistir se encuentran en países en vías de desarrollo, especialmente en Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y México, los mayores exportadores de café (Cafés de México, 2013).

La última crisis de precios (2000–2004) tuvo rasgos que evidencian un cambio estructural en el mercado internacional del café, caracterizado por una mayor concentración en la oferta y en la demanda, que derivan en los menores precios al productor registrados en las últimas décadas (SPC, 2013).

Considerando la atomización de la estructura productiva de México, basada en pequeños productores ubicados en zonas de difícil acceso, la concentración en los canales internacionales de comercialización, la producción intensiva en tecnología de Brasil y los bajos costos de Vietnam en mano de obra, existen pocas oportunidades a los productores mexicanos en los mercados convencionales de café. Las alternativas ante este entorno, apuntan al ajuste de la estructura productiva y de comercialización hacia los cafés de calidad, el incremento del consumo interno y la reconversión productiva (SPC, 2013).

El café en el estado de Puebla tiene gran importancia económica ya que genera empleos en zonas rurales. Existen alrededor de 46 mil familias productoras, comprendidas en 55 municipios, generando empleos cercanos a los 12 millones de jornales al año y son responsables de los 600 millones de pesos de derrama económica directa por conector de venta del grano (MUNDOCAFÉ, 2013).

En el municipio de Xicotepec, estado de Puebla, la producción y comercialización del café es la principal actividad económica de subsistencia de las familias, es por ello que los cafecultores deben obtener un producto de calidad con el fin de colocarlo no solo en el mercado nacional sino también a nivel internacional, y con ello obtener mayores ingresos que les permitan mayor bienestar, sin embargo esto se hace difícil, ya que existen variables que afectan directamente la exportación de este producto (INFORURAL, 2013).

Como consecuencia muchos agricultores han estado emigrando a las ciudades, incluso gran parte a Estados Unidos (EE.UU) en busca de mejores oportunidades, lo cual significa que no encuentran el nivel de vida deseable con la producción y venta del café. Por otra parte algunos productores han perdido interés en sus huertos al venderlos o dejar perder sus cosechas (SPC, 2013).

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este apartado se menciona el problema que enfrenta el sector cafetalero en la región de Xicotepec, Puebla, se determinan las variables correspondientes de la presente investigación y se realizan las preguntas de la misma.

El problema que se presenta en esta investigación es que se desconoce en qué medida las variables competitivas influyen en el proceso de exportación del café por parte de los productores ubicados en Xicotepec, Puebla al mercado de EE. UU.

1.2.1 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1.1 GENERAL

¿Cuáles son las variables competitivas que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?

1.2.1.2 ESPECÍFICAS

1. ¿Cómo afecta la calidad en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?
2. ¿Cómo influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?
3. ¿En qué forma inciden los precios en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?
4. ¿Cómo afectan los apoyos gubernamentales en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?
5. ¿En qué forma inciden los costos en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?

6. ¿Cómo influye la innovación en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 GENERAL

Identificar las variables competitivas que influyen en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU.

1.3.2 ESPECÍFICOS

1. Analizar de qué forma incide la calidad en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.
2. Determinar en qué medida influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.
3. Definir cómo afectan los precios en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.
4. Explicar la influencia de los apoyos gubernamentales en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.
5. Definir cómo afectan los costos en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.
6. Analizar de qué forma afecta la innovación en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Los problemas que enfrenta la cafecultura mexicana a nivel nacional e internacional son de gran importancia, ya que limitan el desarrollo y crecimiento de este sector; esto se observa con claridad en la evolución de las exportaciones: no existe un incremento significativo debido a variables que afectan su competitividad. El estudio que se realizará pretende determinar qué variables intervienen y como éstas influyen en el proceso de exportación del café en la región de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU.

En primer lugar, es conveniente realizar este estudio porque servirá para resolver un problema práctico de investigación, contribuyendo con información que permita conocer con mayor profundidad una parte de la realidad que se vive en este sector de la agricultura mexicana.

Por otro lado los beneficiados de esta investigación son los productores del municipio de Xicotepec, Puebla, ya que con base al análisis e interpretación de los resultados obtenidos se realizará una propuesta de estrategia comercial que involucre a los cafecultores en su totalidad y que los conduzca a la exportación de su producto.

En tercer lugar la presente investigación busca aportar elementos que permitan orientar las acciones públicas con la finalidad de fortalecer e incrementar la actividad exportadora de este sector, así como también motivar y capacitar a los cafecultores para hacer uso eficiente de sus recursos disponibles.

Finalmente este trabajo servirá como referencia para otras líneas de investigación, tales como un análisis de rentabilidad del café con el propósito de implementar acciones para disminuir los costos; o un plan para promover el café de la región e identificar nuevos nichos de mercado.

1.5 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

Este proyecto de investigación se centra en el sector agrícola cafetalero en el municipio de Xicotepec, Puebla, es una investigación de corte transversal, ya que se llevará a cabo en un momento específico.

1.6 HIPÓTESIS

1.6.1 GENERAL

Las variables competitivas que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla al mercado de EE.UU son la calidad, la productividad laboral, los precios, los apoyos gubernamentales, los costos y la innovación.

1.6.2 ESPECÍFICAS

1. La calidad es una variable competitiva que incide de manera positiva en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.
2. La productividad laboral es una variable competitiva que influye de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.
3. El precio es una variable competitiva que influye positivamente en el proceso de exportación de café por parte de los productores Xicotepec, Puebla a EE.UU.
4. Los apoyos gubernamentales inciden de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.
5. Los costos es una variable competitiva que influye de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.
6. La innovación es una variable competitiva que incide de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.

1.7 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

1.7.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Competitividad exportadora.

1.7.2 VARIABLES INDEPENDIENTES

Calidad

Productividad laboral.

Precio.

Apoyos gubernamentales.

Costos.

Innovación.

1.8 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Para desarrollar este proyecto de investigación se utilizará un estudio con alcance exploratorio, descriptivo y correlacional.

En primer lugar es una investigación con alcance exploratorio porque no existe ningún trabajo parecido, que haya dado respuesta a las preguntas de investigación planteadas anteriormente.

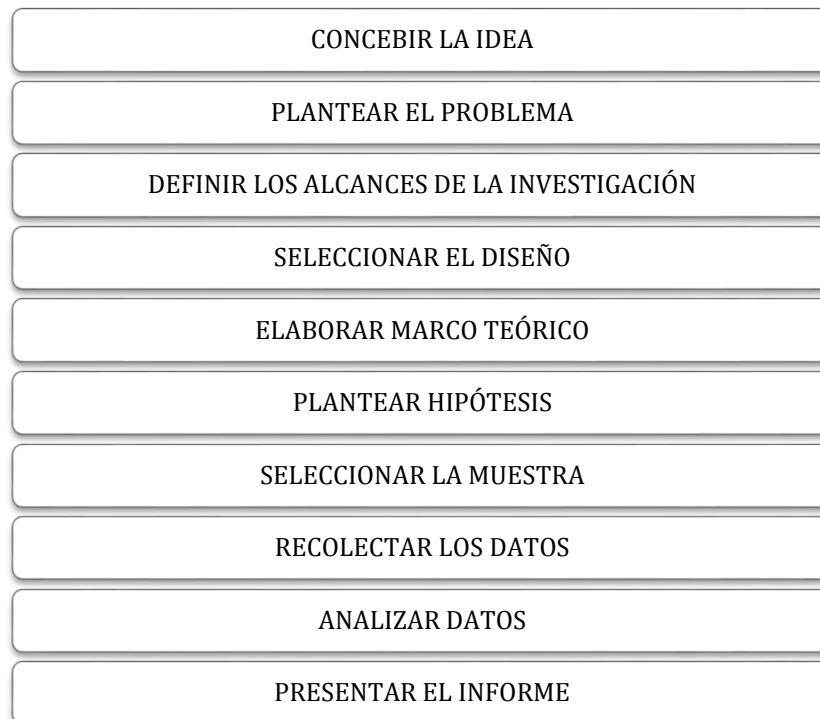
En segundo lugar es una investigación descriptiva porque permite describir la situación y características del problema actual, así como ubicar las variables que serán el objeto de estudio y finalmente recolectar la información necesaria que se utilizará.

Finalmente es una investigación con alcance correlacional porque se determinará la relación entre variables, una dependiente y seis variables independientes, de esta manera se podrá conocer el comportamiento de una variable con respecto a las otras.

1.9 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método es indispensable para la investigación científica, ya que en esencia la investigación científica es, como cualquier tipo de investigación, sólo que más rigurosa y cuidadosamente realizada. Por lo tanto la investigación científica es sistemática, controlada, empírica y crítica de proposiciones hipotéticas sobre las presumidas relaciones entre fenómenos naturales, en donde “sistemática y controlada”, implica que hay una disciplina constante para hacer investigación científica y no se dejan hechos a la casualidad: empírica significa que se basa en fenómenos observables de la realidad y crítica quiere decir que se juzga de manera objetiva y se eliminan las preferencias personales y los juicios de valor, es decir, hacer investigación científica es hacer investigación en forma cuidadosa y precavida. La figura 1.1 ilustra una propuesta de metodología de investigación (Hernández et al, 2003).

Figura 1.1 Metodología de la investigación.



Fuente: Hernández, 2003.

1.10 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realiza con variables que incluyen en su mayoría datos que se pueden medir y comprobar, se encuentran principalmente en bases de datos de las dependencias gubernamentales, así como en la información que se recabe en los cuestionarios aplicados a los productores, por lo tanto se espera obtener resultados útiles y precisos.

Las limitaciones que se pueden presentar durante el trayecto de este trabajo son tiempo para terminar la investigación, la dificultad para poder localizar a los productores y la falta de recursos económicos.

PARTE II

ENFOQUE TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez que se ha planteado el problema a investigar, se debe desarrollar lo que se denomina Marco Teórico, el cual tiene por objeto sustentar teóricamente el estudio, con lo que ayuda a prevenir errores cometidos en estudios anteriores, orienta sobre cómo se ha de realizar el estudio en cuestión, permite centrar el problema evitando así posibles desviaciones, conduce a las posibles hipótesis, permite la reflexión sobre el marco de referencia e inspira nuevas líneas y áreas de investigación (Hernández, 2000).

Sabino (1996) afirma que el planteamiento de una investigación no puede realizarse si no se hace explícito, aquello que se desea conocer. Es siempre necesario distinguir entre lo que se sabe y lo que no se sabe con respecto a un tema para definir claramente el problema que se va a investigar. El correcto planteamiento de un problema de investigación permite definir sus objetivos generales y específicos, como así también la delimitación del objeto de estudio.

Este apartado proporciona las bases que dan soporte a esta investigación, abordando en primer lugar las teorías relacionadas con el comercio internacional, con la finalidad de conocer el desarrollo de los intercambios comerciales a lo largo de la historia; enseguida se exponen aspectos sobre competitividad, abordando elementos teóricos de competitividad y modelos de competitividad resaltando aquellos que son relevantes para esta investigación.

CAPÍTULO I TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1.1 COMERCIO INTERNACIONAL

A través de la historia, el comercio internacional ha representado un papel crítico en la capacidad de los países de crecer, desarrollarse y ser poderosos económicamente. Las transacciones internacionales han adquirido mayor importancia en años recientes a medida que los países buscan obtener todos los beneficios que acompañan el mayor intercambio de bienes, servicios y factores (Appleyard y Field, 2003).

Para Garrone (1986), el comercio internacional puede ser definido como aquel que se realiza entre los estados que componen la comunidad internacional, ya sea por medio de organismos oficiales o de los particulares mismos. También debe considerarse comercio internacional aquel que tiene lugar entre un estado y una comunidad económica.

De acuerdo a Chávez (2004), cuando se refiere a las relaciones comerciales o de servicios, así como a las de intercambio tecnológico, se está propiamente hablando del comercio internacional, el cual se define como el intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países. La diferencia esencial entre el comercio dentro de las fronteras nacionales y el comercio internacional es que este último se efectúa utilizando monedas diferentes y está sujeto a regulaciones adicionales que imponen los gobiernos: aranceles, cuotas y otras barreras aduaneras.

El comercio internacional sigue ocupando un aspecto central de la actividad económica, el crecimiento y los procesos de desarrollo de la mayoría de las sociedades modernas. Según Krugman (1994), las naciones se implican en el comercio internacional por dos razones fundamentales. La primera es que los países que comercializan en el mercado internacional no son necesariamente similares, sino diferentes unos a otros; el comercio permite a estos países beneficiarse de sus diferencias, adquiriendo del mercado extranjero lo que no se tiene o no es económicamente factible producir en el mercado local, y alcanzando, como consecuencia, un cierto perfeccionamiento en su producción local. La segunda razón hace referencia a que los países comercializan para alcanzar economías de escala en la producción, de forma que la ampliación de los mercados y de los clientes que adquieren sus productos permite a cada país

producir sólo una variedad muy limitada de bienes a una escala mayor y de manera más eficiente que si intentasen producir una gran variedad de bienes para satisfacer determinados mercados locales.

Según Ezeala-Harrison (1999) el libre comercio ofrece las siguientes ventajas a un país:

1. Un mercado para exportaciones masivas.
2. La adquisición de capital a través del comercio.
3. La adquisición de capital a través de préstamos.
4. La transferencia tecnológica.
5. La amistad internacional y los intercambios culturales.

El comercio permite a los socios comerciales aprender mutuamente de sus modelos de consumo, valores, ideas y estilos de vida. En consecuencia, incentiva los intercambios culturales a través del deporte y el arte y se desarrollan el bienestar internacional y las relaciones de amistad.

En términos generales, el comercio internacional impregna todas las facetas de la vida económica de un país más allá de las típicas importaciones y exportaciones, como son los sistemas administrativos relacionados con los pagos internacionales a corto y largo plazo, los servicios financieros, los cambios de moneda, las transferencias tecnológicas e, incluso, los intercambios culturales y deportivos, los cuales están directa o indirectamente vinculados al comercio. Como argumentan Bliss (1989), Bruton (1989) y Lewis (1989), el comercio internacional ha sido el factor más importante en el desarrollo y la mejora del subdesarrollo de los países durante el siglo XX, periodo en el que las exportaciones de productos primarios representaban una gran parte del producto nacional bruto de la mayoría de los países menos desarrollados de África, Asia, Oriente Medio, Latinoamérica y Caribe.

Muchos economistas han desarrollado teorías para explicar la importancia del comercio internacional tanto en su crecimiento económico como en su desarrollo, enseguida se explica cada una de ellas.

1.2 DOCTRINA MERCANTILISTA

Durante más de dos décadas y hasta el siglo XVIII, perduró un pensamiento económico dominante llamado mercantilismo, cuya teoría económica se basaba en promocionar la producción y el comercio de empresarios privados, los cuales alcanzaban un beneficio económico a la vez que contribuían a la consolidación, prosperidad y poder de una nación (Allen, 1988).

El comercio exterior, considerado como la variable más estratégica, era percibido como un juego de suma cero donde la ganancia comercial de un país suponía la pérdida comercial de otro. La política seguida en la época mercantilista se denominaba *bullionismo o metalismo*¹. El mercantilismo planteaba que un país que producía más bienes para exportar, podía alcanzar una balanza comercial favorable y por consiguiente, una entrada de bullones. Consecuentemente, la riqueza de un país venía definida por la cantidad de oro y plata que había sido acumulada. Propiciado por este tipo de políticas, el comercio tenía como finalidad básica el fortalecimiento de la economía doméstica para hacerla más productora de bienes y servicios demandados en el extranjero, a la vez que se incitaba a los ciudadanos del país a ser menos dependientes de los productos fabricados fuera y más demandantes de los productos locales, reduciendo de esta forma el nivel de las importaciones (Ramos, 2001).

Uno de los primeros ataques al pensamiento mercantilista fue presentado por David Hume (*en Political Discourses, 1752*) con su desarrollo del mecanismo de flujo precio-especie. Hume cuestionó el enfoque mercantilista en el cual una nación podía continuar acumulando especies sin repercusión alguna sobre su posición competitiva internacional. Hume (1752) argumentó que la acumulación de oro mediante un superávit comercial aumentaría la oferta monetaria y, por consiguiente, los precios y los salarios, los cuales reducirían la competitividad del país con superávit.

Hume (1752) está suponiendo que los cambios en la oferta monetaria tendrían un impacto sobre los precios y no sobre el producto y el empleo. Al mismo tiempo, la pérdida de oro en el país con déficit reduciría su oferta monetaria, los precios y los salarios, y aumentaría su

¹ Consistía en fomentar la necesidad de obtener una acumulación de metales preciosos, oro y plata fundamentalmente, exportando lo máximo posible de la fabricación local e importando lo mínimo posible de la fabricación extranjera.

competitividad (véase cuadro 1.1). Por tanto, no es posible para una nación continuar manteniendo una balanza comercial positiva indefinidamente, Un superávit (o un déficit) comercial produce automáticamente repercusiones internas que operan para eliminar ese superávit (o ese déficit). El movimiento de especie entre países sirve como un mecanismo de ajuste automático que siempre busca igualar el valor de las exportaciones al de las importaciones (es decir, para producir una balanza comercial en cero).

Cuadro 1.1 Mecanismo de flujo precio-especie.

Italia (superávit comercial) frente a España (déficit comercial)		
	Exportaciones > Importaciones	Exportaciones < Importaciones
Paso 1	Entrada neta de especie	Salida neta de especie
Paso 2	Aumento en la oferta monetaria	Disminución en la oferta monetaria
Paso 3	Aumento en precios y salarios	Disminución en precios y salarios
Paso 4	Aumento en importaciones y disminución en exportaciones	Disminución en importaciones y aumento en exportaciones
	HASTA QUE:	HASTA QUE:
	Exportaciones = Importaciones	Exportaciones = Importaciones

Fuente: Appleyard y Field, 2003.

Hoy se considera que el mecanismo de flujo precio-especie clásico descansa sobre diversos supuestos (Appleyard y Field, 2003):

1. Debe haber algún vínculo formal entre dinero y precios, como el proporcionado por la teoría cuantitativa del dinero, cuando se supone el pleno empleo.
2. La demanda de bienes transados es elástica al precio, esto es necesario para asegurar que un aumento en el precio conduzca a una disminución en el gasto total en los bienes transados en cuestión y que una disminución de precios tendrá el efecto opuesto. Si la demanda es inelástica en cuanto a precios, el mecanismo de flujo precio-especie tenderá a empeorar el desequilibrio en la balanza comercial. Sin embargo, las elasticidades de demanda tienden a ser mayores a largo plazo que a corto plazo a medida que los consumidores gradualmente ajustan su comportamiento en respuesta a los cambios de precios. Por tanto, aunque el mecanismo de flujo precio-especie puede ser "perverso" a

corto plazo, es probable que el resultado propuesto por Hume ocurra a medida que pasa el tiempo.

3. Se supone competencia perfecta² en los mercados de productos y de factores con el fin de establecer el vínculo necesario entre el comportamiento de los precios y el de los salarios, e igualmente para garantizar que los precios y los salarios sean flexibles hacia arriba y hacia abajo.
4. Finalmente, se supone que existe un patrón oro. Bajo este sistema, todas las monedas están atadas al oro y por ello están atadas entre sí, todas las monedas son libremente convertibles a oro, el oro puede ser comprado y vendido a voluntad y los gobiernos no compensan el impacto de los flujos de oro por otras actividades para influir sobre la oferta monetaria. Esto es suficiente para establecer el vínculo entre movimientos de especie y cambios en la oferta monetaria de una nación.

Si todos estos supuestos son satisfechos, el mecanismo de ajuste automático, dando tiempo para que ocurran las respuestas, restaurará la balanza comercial cada vez que ésta es trastornada. Los mecanismos de ajuste de la balanza de pagos y el patrón oro son aún temas destacados en las discusiones de economía monetaria internacional (Appleyard y Field, 2003). En la actualidad el mercantilismo es un sistema opuesto al libre comercio y sirve para imponer barreras a las importaciones, es utilizado como una medida proteccionista por el gobierno cuando existe un desequilibrio comercial dentro de una economía.

1.3 TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

Mientras que los mercantilistas consideraban el comercio como un juego de suma cero, Adam Smith proponía que en realidad, el comercio podía ser un juego de suma positiva, donde el superávit comercial de un país no tenía por qué suponer un déficit comercial de otro. Concretamente, los socios comerciales podían beneficiarse del comercio si ambos países se

² Mercado en el cual existe un gran número de productores y consumidores, es decir que la atomización no permite a un individuo influir sobre los precios, no hay restricciones al ingreso para ningún agente, ni para que un vendedor ofrezca cualquier cantidad del producto, así mismo no hay ningún impedimento para el consumo en cualquier volumen, se cuenta con plena información sobre el mercado, esto es que se sabe la disponibilidad de insumos, producto terminado, precios y la tecnología con que se cuenta.

especializan en la producción de aquel bien en el que asumirían un menor costo, es decir, tendrían una ventaja absoluta. Así, la riqueza de un país venía definida por la acumulación de capital y los socios comerciales más pudientes surgían de la posesión de una ventaja absoluta en la producción de un determinado bien. Además, según este planteamiento, se puede deducir que si un país era superior a otro en la producción de un bien (donde la superioridad se mide por un costo unitario menor), e inferior en la producción de otro bien, entonces resultaría beneficioso para ambos intervenir en el intercambio internacional (Ramos, 2001).

Adam Smith, percibió que la riqueza de una nación estaba reflejada en su capacidad productiva (es decir; su habilidad para producir bienes y servicios finales), no en su posesión de metales preciosos. La atención dejó de centrarse entonces en adquirir especie para dedicarse a aumentar la producción de bienes y servicios (Appleyard y Field, 2003).

En la tabla 1.1 se ilustra la ventaja absoluta de Adam Smith en dos países, Inglaterra y Portugal, que producen ropa y vino, respectivamente.

Tabla 1.1 Ejemplo de la ventaja absoluta.

Bienes	Costos de Producción	
	Inglaterra	Portugal
Ropa	4	6
Vino	8	3

Fuente: Smith, 1776.

En la comercialización de ropa y vino entre Inglaterra y Portugal se puede observar que Inglaterra necesita sólo 4 hombres para fabricar ropa, mientras que Portugal necesita 6. En el caso de comercializar vino, a Inglaterra esta actividad le supone 8 hombres, mientras que a Portugal sólo 3. En la teoría de la ventaja absoluta, Inglaterra fabricará ropa porque le es menos costoso y es el bien que le otorga la ventaja absoluta, mientras que el vino será producido por Portugal, ya que el costo unitario resulta menor que en Inglaterra y es el bien que le proporciona la ventaja absoluta. Como consecuencia, Inglaterra debería vender ropa a su socio comercial, Portugal, de quien comprará vino. Así, mientras que un país tiene ventaja absoluta en la

producción de un bien, el otro país tiene ventaja absoluta en la producción de otro. Por lo tanto, el comercio internacional beneficiaría a ambos países (Smith , 1776).

Smith vio poca necesidad del control gubernamental de la economía e hizo énfasis en que una política gubernamental de *laissez faire*³. El papel apropiado del gobierno consistía en velar porque el mercado fuera libre para que funcionara en una forma no limitada removiendo las barreras para la operación efectiva de la "mano invisible"⁴ del mercado. Smith Concluyó que los países deberían especializarse y exportar aquellos bienes en los cuales tuvieran una ventaja absoluta y deberían importar aquellos bienes en los cuales el socio comercial tuviera una ventaja absoluta. Cada país debería exportar aquellos bienes que produjera más eficientemente porque el trabajo absoluto requerido por unidad era menor que aquél del posible socio comercial (Appleyard y Field, 2003).

1.4 TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

Los países participan en el comercio internacional por dos razones básicas, y ambas contribuyen a que obtengan ganancias del comercio. En primer lugar, los países comercian porque son diferentes. Las naciones, como los individuos, pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer relativamente bien. En segundo lugar, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción. Es decir, si cada país produce solo una gama limitada de bienes, puede producir cada uno de esos bienes a una escala mayor y, por tanto, de manera más eficiente que si intentara producir de todo (Krugman et al, 2012).

Ricardo empezó por anotar que la idea de Smith sobre la ventaja absoluta determinaba el patrón del comercio y de la producción interna de un país cuando los factores eran perfectamente móviles. Usando el ejemplo de Yorkshire y Londres, él observó que la industria se asienta donde exista mayor ventaja absoluta y que el trabajo y el capital se desplazan hacia el área donde la productividad y los rendimientos son más elevados. Este movimiento

³ *Laissez faire*: Permitir que los individuos busquen sus propias actividades dentro de los límites de la ley, el orden y el respeto por los derechos de propiedad proporcionarían el mejor entorno para aumentar la riqueza de una nación (Appleyard y Field, 2003).

⁴ Es una metáfora que expresa en economía la capacidad autorreguladora del libre mercado.

continuará hasta que las ganancias de los factores sean iguales. Sin embargo, internacionalmente, la historia es diferente (Appleyard y Field, 2003).

David Ricardo (1817) en su obra *Principios de la Economía Política y Tributación* estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costos relativos (o costo de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso. La nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior. Éste es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por otro lado, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, o sea, el bien en el que tiene desventaja comparativa. Esto se conoce como Ley de la Ventaja Comparativa. Este principio lo deriva Ricardo mediante un conocido ejemplo numérico con dos países (Inglaterra y Portugal) y dos mercancías (paño y vino), y un solo factor de producción (mano de obra).

Tabla 1.2 Términos de producción ricardianos en Inglaterra y Portugal.

	Portugal	Inglaterra
Vino (horas/unidad vino)	80	120
Paño (horas/unidad paño)	90	100

Fuente: David Ricardo, 1817.

Según el cual, a pesar de la ventaja absoluta de costos a favor de Portugal en la producción de ambas mercancías, la especialización según el principio de la ventaja comparativa resultaría beneficiosa para ambos países, de manera que Inglaterra se especializaría en la producción y exportación de paño, mientras que Portugal lo haría en la producción y exportación de vino (Bajo, O. 1995).

Si bien el principio de la ventaja comparativa resultaba generalmente aceptado, la teoría no explicaba con claridad de donde surgía dicha ventaja (más allá de una vaga mención a las diferencias tecnológicas entre los países), lo que dio lugar a la aparición de explicaciones sobre el origen de la ventaja comparativa (Bajo, 1995).

El modelo de David Ricardo considera los siguientes supuestos (Appleyard y Field, 2003):

1. Cada país tiene una dotación fija de recursos, y todas las unidades de cada recurso particular son idénticas.
2. Los factores de producción son completamente móviles entre usos alternativos dentro de un país. Este supuesto implica que los precios de factores de producción también son iguales entre estos usos alternativos.
3. Los factores de producción son completamente inmóviles externamente: es decir, no se mueven entre países. Por consiguiente, los precios de los factores pueden ser diferentes entre países antes del comercio.
4. En el modelo se emplea una teoría del valor trabajo. Por tanto, el valor relativo de un bien está basado únicamente en su contenido de trabajo relativo. Desde el punto de vista de la producción, esto implica que *a)* no se utilizan otros insumos en el proceso de producción o *b)* otros insumos que puedan existir están medidos en relación con el trabajo incorporado en su producción o *c)* la relación otros insumos/trabajo es igual en todas las industrias. En términos sencillos, este supuesto significa que un bien que requiere dos horas de trabajo cuesta el doble de un bien que requiere solamente una hora.
5. El nivel de tecnología es fijo en ambos países, aunque la tecnología puede diferir entre ellos.
6. Los costos unitarios de producción son constantes. Por tanto, las horas de trabajo por unidad de producción de un bien no cambian, independientemente de la cantidad producida. Esto significa que la curva de oferta de cualquier bien es horizontal.
7. Hay pleno empleo.
8. La economía está caracterizada por la competencia perfecta. Ningún consumidor o productor aislado es suficientemente grande para influir en el mercado; por consiguiente,

todos aceptan los precios. Todos los participantes tienen acceso completo a la información del mercado, hay entrada libre de los sectores, así como salida, y todos los precios son iguales al costo marginal de producción.

9. No hay obstáculos impuestos por el gobierno a la actividad económica.

10. Los costos de transporte internos y externos son cero.

11. Inicialmente se limita el análisis a un "mundo" de dos países y dos bienes primarios para simplificar la presentación del modelo ricardiano básico. Este supuesto se abandonará más tarde para que el modelo sea más realista.

Guerrero (1995) argumenta que uno de los problemas que más distorsionan el correcto entendimiento de la teoría del comercio internacional y de la competitividad está relacionado con la confusión existente en torno a los conceptos de ventaja absoluta y ventaja comparativa. Mientras que la ventaja absoluta está asociada a la ventaja competitiva intrasectorial, es decir, entre diversas unidades productivas del mismo bien, la ventaja comparativa se relaciona con la ventaja competitiva intersectorial, es decir, entre los diversos sectores productivos de un mismo país.

1.5 MODELO DE HECKSCHER-OHLIN

La Teoría Heckscher-Ohlin (H-O) del comercio internacional se originó a comienzos del siglo XX, a partir de los trabajos de Eli Heckscher y Bertil Ohlin. Para estos autores las diferentes dotaciones de los factores de producción entre países son la causa principal de las desigualdades en los costos de producción y por ende, de los diferentes precios de las mercancías que dan lugar al comercio. De acuerdo a los supuestos de estos autores, el comercio tiene lugar cuando la ley de los costos comparativos opera, o sea cuando existen diferencias en los costos de producción. Dichas diferencias se expresan en términos de un mismo factor, el factor abundante en la economía. De esta forma, un país tiene una ventaja en la producción de bienes que se producen con el factor abundante en la economía (Montoya, 2004).

El Modelo Heckscher -Ohlin es la formalización matemática de la Teoría H-O. El modelo establece que dados dos países y dos factores, capital (K) y trabajo (L) el país con abundancia relativa de un factor tendrá una ventaja comparativa en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor en su proceso productivo. Por ello, cada país exportará los bienes intensivos en el factor relativamente abundante, dado que sus costos relativos de producción son menores. Asimismo, importarán aquellos bienes cuya producción requiere un uso intensivo del factor relativamente escaso y los costos relativos de producción son altos (Salim et al, 2012).

El modelo de H-O ha sido ampliado por tres teoremas importantes:

Teorema de Igualdad del Precio del Factor

Este teorema, propuesto primero por H-O y más tarde retomado por Samuelson (1948), establece que el libre comercio igualará los factores de producción entre países. El teorema explica que antes del libre comercio, los precios de renta eran relativamente bajos y los salarios relativamente altos en el país abundante en capital, mientras que ocurría lo contrario en el país abundante en trabajo. Con el libre comercio, estos precios se mueven hacia la igualdad en el precio del factor. Sin embargo, se debe cumplir una serie de condiciones para que exista la igualdad. Esto significa, que no haya costos de transporte ni barreras comerciales, pero que se disponga de una tecnología idéntica. Por otro lado, este teorema establece que no es necesaria la realización de inversiones extranjeras, entendiéndose éstas como la transferencia internacional de factores de producción, tales como la tecnología, el capital y el trabajo. Sin embargo, en el mundo real existen muchas imperfecciones del mercado que obstaculizan la igualdad total en el precio del factor (Hymer, 1976).

Teorema de Stolper-Samuelson

El segundo teorema, planteado por Stolper y Samuelson (1941), vincula el comercio internacional a la distribución doméstica de ingresos. Como se ha podido comprobar en el caso de la igualdad en el precio del factor, el libre comercio aumentará el precio o la renta del factor relativamente abundante y reducirá la del factor relativamente escaso. Por lo tanto, de acuerdo con este teorema, el libre comercio beneficia al factor abundante y perjudica al factor escaso, ya

que la renta del mismo ha sido demasiado alta. Con el libre comercio, el factor que es escaso (e.g., trabajo) tiene que competir con el extranjero. Aunque el factor trabajo sea inmóvil entre países, su precio puede cambiar a través del comercio internacional debido a que el trabajo está representado en los bienes. Es importante reconocer que aunque el factor escaso pierda por el libre comercio, el país en su totalidad gana, si bien a medio y largo plazo sería necesario llevar a cabo una política de redistribución de ingresos que incluya impuestos, en caso contrario, un grupo de personas perdería de forma permanente.

Teorema de Rybczynski

El tercer teorema, desarrollado por Rybczynski (1955), considera que a precios constantes, un aumento en la dotación de un factor aumentará en una proporción mayor el *output*⁵ de un bien intensivo en ese factor y reducirá el *output* del otro. Así, cuando el *stock* de capital de un país aumenta, el *output* del bien intensivo en capital se expande para utilizar la oferta extra de capital. Por contra, el *output* del bien intensivo en trabajo disminuye porque el trabajo está saliendo de este sector. Como el *stock* de capital aumenta, la frontera de posibilidad de producción se traslada hacia la dirección del bien intensivo en capital, así que la producción de un país debería incrementarse.

Debido a que la teoría pone de relieve la interacción entre las proporciones en las que los diferentes factores están disponibles en diferentes países, y la proporción en que son utilizados para producir diferentes bienes, también se le conoce como teoría de las proporciones factoriales (Krugman, 2001).

Análisis posteriores llegaron a demostrar que el teorema H-O manifiesta algunas limitaciones, si se toma en cuenta que el comercio no se comporta estrictamente en la dirección que establece esta teoría, esto es, que ni el comercio ni los movimientos en los precios de los factores se establecen inequívocamente. Pues en ausencia de competencia perfecta los precios de los bienes no se igualan a los costos marginales de producción, ya que si bien los precios relativos de los bienes determinan la dirección de los flujos comerciales, dichos precios no reflejan los costos (Orozco, 1998).

⁵ Cantidad de bienes o servicios producidos en un período de tiempo determinado, por una empresa, industria o país.

1.6 LA PARADOJA DE LEONTIEF

La primera prueba empírica del modelo H-O fue llevada a cabo por Wassily Leontief con datos de la matriz insumo-producto de 1947 de los EE. UU. Leontief descubrió que los bienes que compiten con las importaciones de EE. UU eran cerca de 30 por ciento más intensivos en capital que las exportaciones de ese mismo país. Puesto que los EE. UU son la nación con mayor abundancia de capital, este resultado era lo opuesto de lo que pronosticaba el modelo H-O, y se denominó paradoja de Leontief (Quiroz, 2012).

Aplicando su análisis de *input-output* a la economía de EE.UU, Leontief calculó las demandas totales de *input* (directas e indirectas) de capital y trabajo por unidad de combinación del producto “exportación de EE.UU” y del producto “sustitución de importaciones competitivas de EE.UU”; en ambos casos, la unidad tenía el valor de un millón de dólares de productos en precios y composición de 1947. Así que reemplazando una unidad de importación por una unidad de producción doméstica, es posible averiguar:

...“Si es verdad que EE.UU exporta productos cuya producción doméstica absorbe relativamente grandes cantidades de capital y poco trabajo e importa bienes y servicios extranjeros que –si los hubiésemos producido en casa– emplearían una gran cantidad de trabajo autóctono pero una pequeña cantidad de capital doméstico”... (Leontief, 1953: 75).

La tabla 1.3 resume los principales descubrimientos de este análisis.

Tabla 1.3 Requerimiento de capital y trabajo doméstico por millón de dólares de exportación de EE.UU y de sustitución de importaciones competitivas (1947).

	Capital (K) (Dólares, en precios de 1947)	Trabajo (L) (Hombres-años)	K/L
Exportaciones	2550.780	182.313	13.991
Importaciones	3091.339	170.004	18.184

Fuente: Gandolfo, 1998.

De las cifras que aparecen en la columna de la derecha del cuadro, se desprende que EE.UU exportó productos intensivos en trabajo e importó productos intensivos en capital. Por tanto, dado que EE.UU era generalmente considerado un país abundante en capital con relación a sus socios comerciales, los resultados de Leontief están en desacuerdo con el teorema de H-O (Gandolfo, 1998).

Han existido muchos intentos de tratar de resolver esta paradoja. Un primer intento, realizado por el mismo Leontief (1956), explicaba que los trabajadores de EE.UU eran mucho más productivos que los trabajadores extranjeros. Por su parte, Kreinin (1965) argumentó que la estimación de Leontief sobre la superioridad del trabajo en EE.UU había sido sobrestimada. Por otro lado, Vanek (1963) aducía que EE.UU era relativamente escaso en recursos naturales pero abundante tanto en capital como en trabajo, añadiendo así un nuevo factor al estudio –los recursos naturales–. La producción de ciertos recursos naturales requería grandes cantidades de capital, y su importación significaba, por lo tanto, importar capital representado en los recursos naturales. Debido a que el modelo de H-O incluía básicamente capital y trabajo, algunos economistas evaluaron el contenido del factor del comercio de EE.UU, después de excluir los sectores de recursos naturales (Williams, 1970; Leamer, 1980; Clifton y Marxsen, 1984). En términos generales, los estudios mostraron que la intensidad de capital de los sectores que compiten en importaciones descendía sustancialmente, pero no lo suficiente como para cambiar la paradoja.

Otro intento de resolver la paradoja consistió en plantear que, debido a que los datos extranjeros sobre el comercio no estaban disponibles, Leontief calculó el contenido del factor de los bienes que compiten en importaciones en vez de analizar las importaciones reales. Por ejemplo, Leontief determinó el contenido del factor de la industria textil de EE.UU que competía con las importaciones, en lugar de establecer el contenido del factor de la industria textil extranjera (Ramos, 2001).

El tema de comercio internacional es muy amplio y para explicarlo a lo largo de la historia se han desarrollado diferentes doctrinas que en su momento fueron válidas y de gran utilidad, sin embargo la realidad del comercio actual exige respuestas más complejas, es por esto que surgen nuevas teorías que representan la continuación o el complemento de las anteriores, con todos estos aportes teóricos se puede explicar mejor el comportamiento del comercio

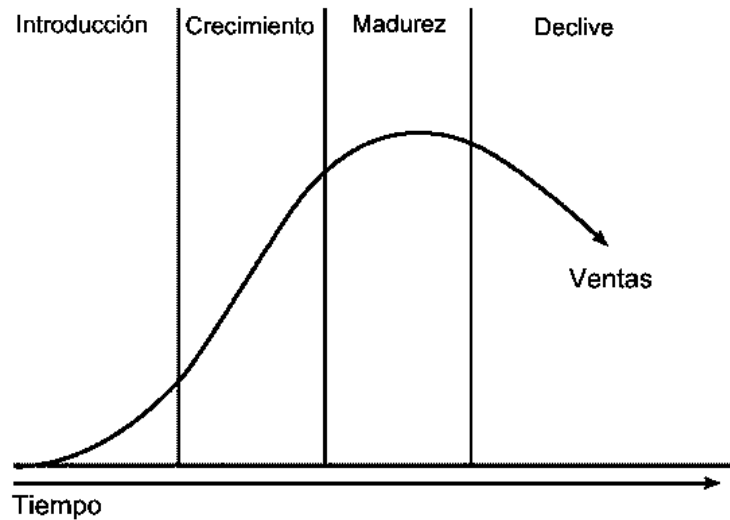
internacional y dar solución a las interrogantes de las naciones que compiten en un mundo cada vez más globalizado.

1.7 EL CICLO DEL PRODUCTO

Vernon (1966) argumentó que muchos de los productos fabricados pasan por un ciclo integrado de cuatro etapas sucesivas: introducción, crecimiento, madurez y declive. La hipótesis básica del ciclo del producto empieza con el supuesto de que el estímulo a la innovación procede normalmente de alguna amenaza o promesa en el mercado, es decir, las empresas tienden a ser estimuladas por las necesidades y oportunidades del mercado, el cual cumple dos funciones importantes en esta teoría: no sólo resulta ser fuente de estímulo para la empresa innovadora, sino que también es el lugar preferido para la producción.

El modelo del ciclo de vida del producto sugiere que muchos productos pasan por un ciclo durante el cual los países de renta alta y de consumo masivo son inicialmente exportadores, luego pierden sus mercados de exportación y finalmente se convierten en importadores del mismo producto. Al mismo tiempo otros países avanzados cambian del papel de importadores al de exportadores más tarde, y más tarde aún, los países menos desarrollados cambian de ser importadores a ser exportadores de un producto. Estos cambios se corresponden con las cuatro etapas del ciclo de vida del producto: la introducción, el crecimiento, la madurez y el declive. Estas etapas son representadas gráficamente en la gráfica 1.1 (Keegan et al, 2000).

Gráfica 1.1 Etapas del ciclo de vida del producto.



Fuente: Keegan et al, 2000.

La etapa de introducción es la etapa más arriesgada y costosa de un producto porque se tiene que gastar una considerable cantidad de dinero no solo en desarrollar el producto sino también en procurar la aceptación de la oferta por el consumidor. Por ello, cabe señalar que son muchos los nuevos productos que fracasan en esta etapa debido principalmente a que no son aceptados por una cantidad suficiente de consumidores (Stanton et al, 2004).

Según Lamb, Hair y McDaniel (2002), en la etapa de crecimiento las ventas suelen incrementarse a tasas crecientes, muchos competidores ingresan en el mercado, las grandes compañías pueden comenzar a adquirir pequeños negocios pioneros y las utilidades son saludables.

Con respecto a la etapa madurez normalmente dura más tiempo que las etapas anteriores y presenta retos importantes para la dirección de mercadotecnia. La mayor parte de los productos se encuentran en la etapa de madurez de su ciclo de vida, por lo que casi toda la dirección de mercadotecnia se ocupa de productos maduros (Kotler y Armstrong 2003).

La etapa de declinación, medida por el volumen de ventas de la categoría total, es inevitable por una de las razones siguientes: 1) Se crea un producto mejor o menos costoso para satisfacer la misma necesidad. 2) La necesidad del producto desaparece, a menudo por el desarrollo de otro producto. 3) La gente sencillamente se cansa de un producto (un estilo de

ropa, por ejemplo), así que este desaparece del mercado. Por ello, y al ver pocas oportunidades de lograr ventas o ganancias revitalizadas, la mayoría de competidores abandonan el mercado en esta etapa (Stanton et al, 2004),

1.8 LA SIMILITUD DEL PAÍS

Hasta la actualidad, las teorías del comercio han analizado la oferta, siendo la teoría de similitud del país propuesta por Staffan Linder (1961) la que se centra en el estudio de la demanda a partir de dos hipótesis. Por un lado, se plantea que un país exporta aquellos productos fabricados para los que existe un mercado local significativo que es conocido por los productores y, como consecuencia, introduce nuevos productos. Además, la producción para el mercado local debe ser lo suficientemente grande como para que las empresas alcancen economías de escala y puedan reducir sus costos. Así, cada país exporta sus productos a otros países con gustos y niveles de renta similares. Cada nación producirá principalmente para sus mercados locales, si bien una parte del output la exportará a otros países de parecidas características.

Debido a las distintas perspectivas entre las teorías del modelo de H-O y del modelo de Linder, de los que el primero se centra en la producción y el segundo en la demanda, hay dos diferencias importantes entre ambos modelos. La primera es que en el modelo de H-O existirá más comercio entre países que tienen más divergencias en las dotaciones de los factores, debido a que también surgirán mayores divergencias en los precios relativos de los factores; por el contrario, en el modelo de Linder habrá más comercio entre países que tienen una mayor similitud en rentas y gustos. En segundo lugar, en el modelo de H-O las exportaciones e importaciones de un país pertenecen a diferentes productos con distintas proporciones de factores, mientras que en el modelo de Linder las exportaciones y las importaciones de un país se producen con productos similares (Ramos, 2001).

Es importante mencionar los avances que se han ido generando, pues en la teoría generada por Linder se establecen diferentes supuestos y por lo mismo los resultados son diferentes como consecuencia de la perspectiva con que se abordan, sin demeritar el trabajo de las dos teorías predominantes en ese periodo (desde el punto de vista competitivo), las dos presentan ventajas y debilidades que pueden ser aplicadas a los dos puntos de vista, oferta y demanda,

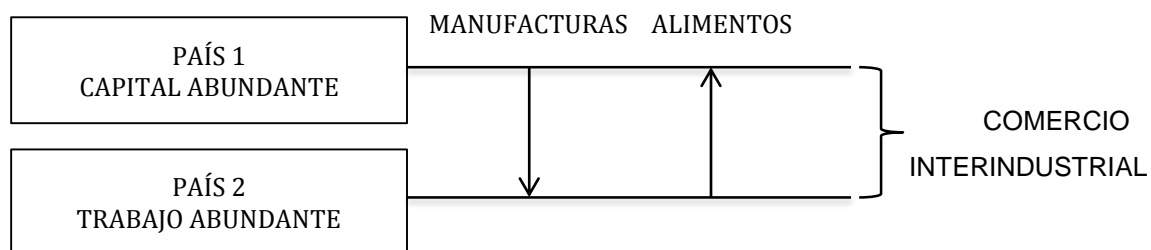
pues los dos polos, aunque comparten muchos factores, también intervienen diferentes individuos, por un lado las empresas, por el otro los consumidores; ambos persiguen fines diferentes (Dong-Sung y Hwy Chang, 2000).

1.9 ECONOMÍAS DE ESCALA

Este concepto no es nuevo dentro de la teoría del comercio internacional, el primero que lo introdujo fue Alfred Marshall (1879), supone que si al aumentar la cantidad de todos los insumos utilizados en un porcentaje, la cantidad producida aumenta. Usualmente, cuando se dicen economías de escala, se refieren a las economías crecientes, porque estas denotan una función bastante favorable desde el punto de vista económico, ya que significa que la producción resulta más barata por término medio cuanto mayor es el empleo de todos los recursos.

Para obtener una explicación completa del patrón de comercio internacional es necesario ver cómo se relacionan las economías de escala con la ventaja comparativa. Según el modelo neoclásico, si se tienen dos países, uno con abundancia de capital (que produce manufacturas que son intensivas en capital) y otro con abundancia de trabajo (que produce alimentos que son intensivos en trabajo) y si ambos presentan rendimientos constantes y funcionan en competencia perfecta, el patrón de comercio corresponde al que se presenta en la figura 1.2, donde tan sólo existe comercio interindustrial, es decir, el país capital abundante exporta únicamente manufacturas e importa únicamente alimentos. En este caso el comercio se explica completamente a través de la ventaja comparativa (Krugman y Obstfeld, 1997).

Figura 1.2 Los intercambios según el modelo neoclásico.



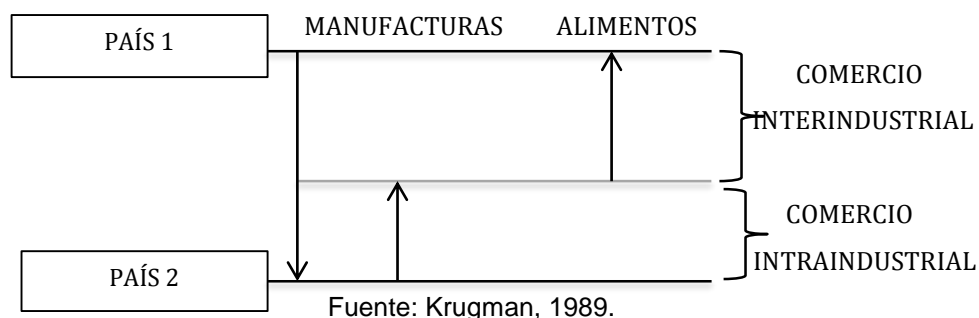
Fuente: Krugman, 1989.

Análisis empíricos muestran que este no es el patrón de comercio imperante en los intercambios internacionales, especialmente en los intercambios entre países industrializados, donde más del cincuenta por ciento de los bienes comercializados son producidos por sectores con abundancia de capital. La falta de concordancia entre el modelo y la realidad parece residir en la no consideración de los rendimientos crecientes a escala ni en la estructura de competencia monopolística del modelo tradicional (Krugman, 1989).

En la figura 1.3 se ilustra una situación similar, pero donde existen rendimientos crecientes a escala y donde el mercado de manufacturas, en vez de funcionar en forma de competencia perfecta, lo hace en forma de competencia monopolística según el modelo de Chamberlain (1930).

En tal sentido se va producir una especialización, ya que a ninguno de los países le conviene satisfacer completamente la demanda de productos manufacturados en su país, porque si lo hacen no pueden aprovechar las ventajas de las economías de escala, ya que al existir rendimientos crecientes a escala, a las empresas les conviene especializarse en determinados bienes y satisfacer tanto la demanda nacional interna como la demanda externa de otros países con respecto a un producto. Del mismo modo, las empresas de otras naciones se especializarán en otro tipo de bienes manufacturados y aprovecharán las economías de escala para aumentar su producción y servir a ambos mercados. Por lo tanto lo que sucede es que, dada la diversidad de la demanda de productos manufacturados en ambos países, el país A, a pesar de ser un exportador neto de productos intensivos en capital, también demandará productos manufacturados producidos en el país B, dando lugar a un comercio de tipo internacional y por consiguiente de tipo intraindustrial (Steinberg, 2004).

Figura 1.3 Intercambios con rendimientos crecientes a escala en competencia perfecta



Los consumidores de los dos países se verán beneficiados porque disfrutarán de una mayor variedad de productos y adicionalmente pagarán un menor precio por los mismos, derivado de la reducción de costos que provocan los rendimientos crecientes a escala. En consecuencia, la introducción de las economías de escala en el modelo de comercio internacional, amplía la explicación de por qué se comercia, añadiendo matices y peculiaridades al modelo general (Steinberg, 2004).

Sin embargo qué país produce qué manufacturas y qué cuantía alcanza el comercio intraindustrial sobre el total, queda indeterminado. Tan sólo se sabe que aunque ambos países tengan idénticas dotaciones de factores habrá comercio intraindustrial y que cuanto más parecidas sean estas dotaciones el comercio intraindustrial representará un mayor porcentaje del comercio total. Las economías de escala serían en este caso la explicación fundamental del comercio mientras que la ventaja comparativa prácticamente no explicaría nada. Este es el caso, por ejemplo, del comercio entre algunos países de la UE (Krugman, 1989).

Una vez realizada la revisión sobre las diferentes teorías a través de las cuales se ha tratado de explicar el comercio internacional, el siguiente paso es indagar sobre el tema de competitividad, en el siguiente capítulo se hará referencia en primer lugar al concepto de competitividad, enseguida se expone la ventaja competitiva, la competitividad sistémica, se abordan los enfoques, niveles e indicadores de la competitividad y por último se tocan algunos modelos de competitividad.

CAPÍTULO II ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LA COMPETITIVIDAD

Actualmente el concepto de competitividad es muy mencionado, porque representa un desafío no sólo entre empresas y sectores, también entre países, por otra parte a través de la competitividad se mide el crecimiento y éxito de las organizaciones y de los países; por lo anterior y debido a que no se puede dejar de ser competitivo en un mundo globalizado es de gran importancia conocer los factores competitivos determinantes a nivel firma, región, industria o nación.

Los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción básicos, sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y a la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, calificación y especialización, así como a la asimilación de tecnologías pertinentes al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financieros, representados en instrumentos y herramientas que contribuyen a compensar los flujos de caja y hacer realmente competitivas las economías internacionales, incluso las de países con reducidos factores de producción según la connotación tradicional, pero con potenciales elementos innovadores que encajan dentro de la clasificación de los factores a la luz de la posmodernidad económica, ampliando el espectro de la conceptualización de la teoría económica en lo relativo al comercio internacional (Criterio Libre, 2008).

La competitividad se ha convertido en una de las principales normas del inestable juego internacional. La apertura comercial, los ajustes estructurales, la reconversión productiva, la coexistencia inteligente con los recursos naturales, la lucha contra la pobreza, se enfocan de una manera u otra a través del prisma de la competitividad. Lo que la ha transformado en una especie de principio obligado de evaluación internacional, que influye en la formulación y aplicación de estrategias empresariales y políticas nacionales (Comisión Económica para América Latina, CEPAL, 2013).

La competitividad es el resultado del entretrejo de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación (Araoz, 1998).

2.1 CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD

El Diccionario Oxford de Economía define el término competitividad como la capacidad para competir en los mercados por bienes o servicios. Esta definición ha incitado una controversia durante las últimas dos décadas con respecto a su significado en distintos niveles de análisis, los métodos disponibles para medirla, así como las políticas públicas que pueden ser implementadas para mejorarla.

La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado (European Management Forum, 1980).

La competitividad internacional de una nación está basada en un mejor desempeño de la productividad y en la habilidad de la economía para modificar su producto hacia actividades de mayor productividad lo cual genera altos niveles de salarios (Cohen et al. 1984).

La competitividad nacional se refiere a la habilidad de un Estado-nación para producir y distribuir mercancías en la economía internacional compitiendo contra bienes y servicios producidos en otros países, y hacer esto de tal manera que obtenga incrementos en los estándares de vida (Scott, 1985).

Grado por el cual un país en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfacen las exigencias del mercado internacional y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales (Jones y Treece, 1988).

Para la CEPAL (1989), la competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad y, por ende, en la incorporación del progreso técnico.

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del

análisis (nación, sector, firma), del tipo de producto analizado (bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción) y del objetivo de la indagación (corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera) (Pineiro, 1993).

La definición de competitividad de la *Harvard Business School (HSB)* consiste en la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos.

Competitividad es la capacidad de un país, o de una empresa para, proporcionalmente, generar más riqueza que sus competidores en los mercados mundiales (Foro Económico Mundial, 1994).

Por otro parte para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) la competitividad es el grado en que un país, estado o región produce bienes de servicio bajo condiciones de libre mercado, los cuales enfrentan la competencia de los mercados internacionales, mejorando simultáneamente los ingresos reales de su población y la consecuente productividad de sus empresas y gestión gubernamental (OCDE, 2000).

En cuanto al análisis de la competitividad en el sector industrial, Romo y Musik, (2005) plantean que una industria se define como el conjunto de organizaciones que se dedican a actividades económicas similares, en que la competitividad se deriva de una productividad superior, ya sea enfrentando costos menores a los de sus rivales nacionales o internacionales en la misma actividad o mediante la capacidad de ofrecer productos con un valor más elevado.

El World Competitiveness Center (WCC) del Institute for Management and Development (IMD) define competitividad de las naciones como un campo del conocimiento económico, que analiza los hechos y políticas que forman la capacidad de una nación para crear y mantener un ambiente que sostenga más creación de valor para sus empresas y más prosperidad para su gente. Esto significa que la competitividad analiza cómo las naciones y las empresas manejan la totalidad de sus competencias para alcanzar prosperidad y beneficios. Algunas naciones apoyan la creación y mantenimiento de un ambiente que facilite la competitividad de las empresas y motive su sostenibilidad en el largo plazo.

Para Krugman (1994) y Baldwin (1995) la competitividad se refiere más de un asunto interno de la nación que de un aspecto externo, ya que los principales países no están de ninguna forma compitiendo entre ellos.

Scott y Lodge (1995) consideran que la competitividad es cada vez más un asunto de estrategias y estructuras, y cada vez menos una consecuencia de las dotaciones naturales de un país.

Ezeala-Harrison (1999) explica que la competitividad internacional podría definirse como la capacidad relativa de las empresas de un país para producir y comercializar productos de una calidad superior a precios más bajos. De tal manera que el concepto de competitividad de una nación ha evolucionado hacia una definición más relacionada con el entorno local, convirtiéndose en determinantes los factores endógenos de la propia economía nacional que se estudia.

En un sentido más amplio Mathews, (2009) propone que la competitividad se define como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como señala Porter (1990), el concepto de competitividad conlleva al concepto de excelencia, que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización.

De acuerdo con Porter (1990) la competitividad es la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio de los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

Como se observa la mayoría de las definiciones se refieren a la competitividad como la capacidad o habilidad que deben tener las empresas, sectores y países, para lograr producir bienes que satisfagan al mercado nacional e internacional y al mismo tiempo lograr una participación importante en el mercado, lo anterior se ve reflejado al mejorar en cada uno de los factores involucrados y al aumentar los ingresos reales de la población.

Una vez revisados los diferentes conceptos de competitividad, para efectos de esta investigación la definición de competitividad de Porter será de utilidad.

Porter identifica la calidad y el precio como los factores fundamentales para lograr la realización de las mercancías producidas en el mercado internacional. Ya no es solamente la productividad la que define la competitividad como lo señalan Cohen y coautores años antes, sino también es relevante la calidad de los productos obtenidos (López, 1999).

2.2 VENTAJA COMPETITIVA

Uno de los pioneros en el tema de la competitividad es Michael Porter, cuyo planteamiento inicial se basa en el desarrollo microeconómico o a nivel de empresa. Porter (1990) explica cómo las industrias son las que determinan el éxito de las naciones; por consiguiente, las ventajas de una nación con respecto a otra no se basan en las dotaciones de factores y en los costos comparativos, sino en las elecciones estratégicas y en la capacidad de las industrias para innovar y mejorar.

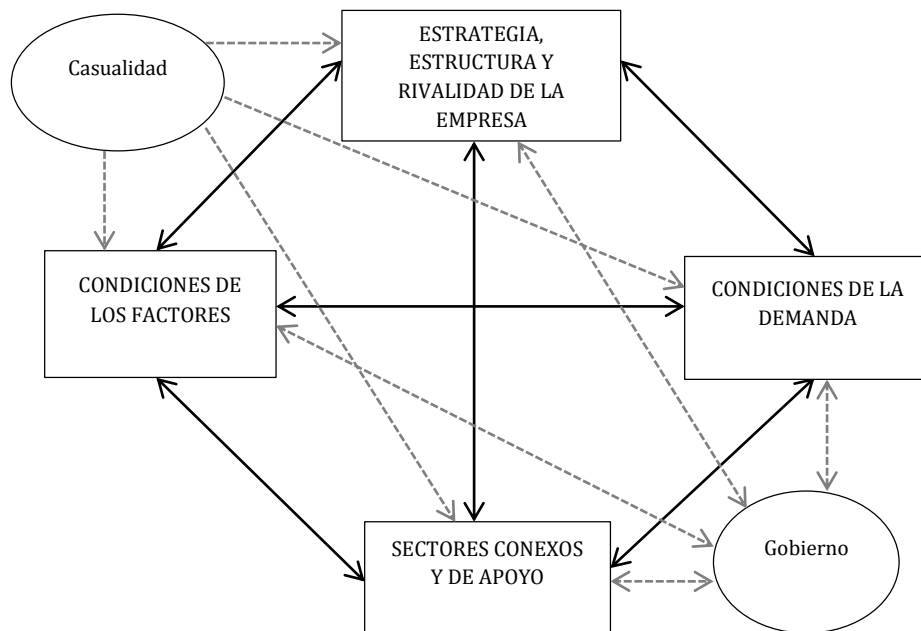
Michael Porter (1998), llevó a cabo una investigación para analizar el origen y causas de la competitividad de las naciones y empresas. Su objetivo era desarrollar un marco conceptual que sirviera tanto para orientar a los empresarios y ejecutivos en la toma de decisiones, como en la formulación de políticas orientadas a promover la competitividad de una nación. Esencialmente, las ventajas comparativas son heredadas (fuerza laboral barata), mientras que las ventajas competitivas son creadas. Viendo en retrospectiva la historia del desarrollo industrial, se observa una serie de firmas, regiones y países ocupados en crear ventajas competitivas.

La teoría de la ventaja competitiva pretende examinar la competitividad de las industrias sobre una base global en lugar de considerar factores específicos de los países para determinar su competitividad. Fue pionera en enfocar la atención a la pregunta sobre la forma en que países, gobiernos e incluso industrias privadas pueden alterar las condiciones dentro de un país para incrementar la competitividad de sus empresas. Porter señala que el factor esencial del éxito de una empresa, tanto a nivel nacional como internacional, reside en su posicionamiento estratégico, el cual es una función del sector industrial donde opera. Existen sectores más

rentables que otros, lo cual no es accidental sino que es resultado de diversos factores que determinan la intensidad de la competencia y el nivel de beneficios (Porter, 1990).

Según Porter (1990), la competitividad de una empresa está determinada por cuatro dimensiones fundamentales, a lo cual se le conoce como “el diamante de Porter”. Además de los cuatro determinantes de la ventaja competitiva, se pueden considerar las variables causalidad y gobierno integradas en el Diamante de Porter, cuando éstas contribuyan significativamente en el desarrollo de la ventaja competitiva. La interacción entre las dimensiones generan innovación y mantienen altos niveles de competitividad en las industrias (ver figura 2.1).

Figura 2.1 Determinante de la competitividad (diamante de Porter).



Fuente: Porter, 2003.

Primer determinante: condiciones de los factores productivos

Porter define a los factores de producción, como a los insumos necesarios para competir en cualquier sector, tales como mano de obra, tierra cultivable, recursos naturales, capital e

infraestructura. La teoría económica clásica de las ventajas comparativas explica que una nación o región es competitiva en determinada industria por su abundante dotación de los factores básicos de producción requeridos: tierra, trabajo y capital. Pero, a pesar de que un país o una empresa puede ser deficiente en la dotación de factores, pueda ser altamente competitivo debido a que no son los factores básicos, sino los llamados factores especializados, los que permiten alcanzar ventajas competitivas (Segura, 1998).

Estos factores especializados no son heredados, sino creados por cada país: surgen de habilidades específicas derivadas de su sistema educativo, de su legado exclusivo de conocimiento (*know-how*) tecnológico, de infraestructura especializada, etc.; y responden a las necesidades particulares de una industria concreta. Se requiere de inversiones considerables y continuas por parte de empresas y gobiernos para mantenerlos y mejorarlos. Los factores especializados propician ventajas competitivas para un país, porque son únicos y muy difíciles de replicar o acceder por competidores de otras regiones. La competitividad de un país o región reside principalmente, en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un legado similar (Infante, 2009).

Segundo determinante: condiciones de la demanda

El segundo determinante de la ventaja competitiva de una nación en un sector son las condiciones de la demanda interior para el producto o el servicio del sector (Porter, 1990).

Tres atributos genéricos de la demanda interior son especialmente significativos:

1. Composición y calidad de la demanda interior

La demanda interior sobre la ventaja competitiva se produce mediante la combinación y carácter de las necesidades del comprador local. La composición de la demanda interior conforma el modo en que las empresas perciben, interpretan y dan respuesta a las necesidades del comprador. Las naciones consiguen ventaja competitiva si los proveedores locales presionan a las empresas locales para que innoven más de prisa y alcancen ventajas competitivas más refinadas en comparación con sus rivales extranjeros y también consiguen ventaja competitiva en los sectores o segmentos sectoriales donde la demanda interior brinda a

las empresas locales una imagen de las necesidades del comprador más clara o temprana que la que pueden tener sus rivales extranjeros (Ibídem).

2. Tamaño y pautas de crecimiento de la demanda

El gran tamaño del mercado interior puede conducir a ventajas competitivas en aquellos sectores donde se produzcan economías de escala o aprendizaje, al animar a las empresas de la nación a invertir agresivamente en instalaciones de gran escala, en desarrollo de tecnología y en mejoras de la productividad. Una gran demanda interior no es una ventaja a menos que se produzca para segmentos que también gocen de demanda en otras naciones. A veces se da el caso de que países de menor tamaño representan mercados muy grandes para determinados productos, debido a condiciones locales (Ibídem).

3. Internacionalización de la demanda interior

La composición de la demanda interior constituye la raíz de la ventaja nacional, mientras que el tamaño y las pautas de crecimiento de la demanda interior pueden ampliar esta ventaja al afectar al comportamiento, oportunidad y motivación de las inversiones. No obstante, existe una tercera forma en que las condiciones de la demanda interior contribuyen a ello, mediante mecanismos en cuya virtud se internacionaliza la demanda interior y lleva hacia el exterior de los productos y servicios de una nación. Dentro de los factores que propician la internacionalización de la demanda interior se encuentra, la existencia de compradores locales itinerantes o multinacionales, la influencia que tiene la economía local sobre necesidades extranjeras y la interacción con las condiciones de demanda (Ibídem).

Tercer determinante: sectores relacionados y de apoyo

El tercer determinante de la ventaja competitiva nacional en un sector es la presencia en la nación de sectores proveedores o sectores conexos que sean internacionalmente competitivos. La ventaja competitiva en algunos sectores proveedores confiere ventajas potenciales a las empresas de muchos sectores de una nación, porque producen insumos que se emplean mucho y que tienen una gran importancia para la innovación o la internacionalización (Ibídem).

Cuarto determinante: estrategia, estructura y competencia de las empresas.

El cuarto determinante genérico de la ventaja competitiva nacional en un sector, es el contexto en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad a nivel nacional. La creación de destrezas competitivas requiere un ambiente que motive la innovación. Una competencia local vigorosa e intensa es una de las presiones más efectivas para que una compañía mejore continuamente. Esta situación obliga a las empresas a buscar maneras de reducir sus costos, mejorar la calidad, buscar nuevos mercados o clientes (Segura, 1998).

En los mercados locales, las empresas compiten en cada sector de la industria, generalmente no solo por participación de mercado, sino también por empleados, excelencia en servicio y por prestigio. Cuanto mayor sea el grado de rivalidad en un sector, mayor será la presión en incentivos para mejorar estándares e introducir productos. En el ámbito internacional, debe analizarse la rivalidad entre países que compiten entre sí. Sin embargo, el origen de la ventaja competitiva se da a nivel de empresa y clúster, ya que un país no puede mercadear sosteniblemente un producto que su industria no ha logrado producir (Ibídem).

Para la evaluación externa de la empresa se utiliza el modelo de las cinco fuerzas de Porter, y en la evaluación interna se evalúan las estrategias genéricas, y el análisis de la cadena de valor (León, 2004).

El papel de la causalidad

Los acontecimientos causales son incidentes que tienen poco que ver con las circunstancias de una nación y que frecuentemente están, en gran parte, fuera del control y de la capacidad de influir tanto de las empresas como frecuentemente del gobierno nacional. Algunos ejemplos que son de particular importancia por su influencia en la ventaja competitiva son (León, 2004):

- Actos de pura invención.
- Importantes discontinuidades tecnológicas (por ejemplo, la biotecnología, la microelectrónica).

- Discontinuidades en los costos de los insumos, como las producidas por las crisis del petróleo.
- Cambios significativos en los mercados financieros mundiales o en los tipos de cambio.
- Alzas insospechadas de la demanda mundial o regional.
- Decisiones de políticas de gobiernos extranjeros.
- Guerras.

Los acontecimientos causales son importantes porque crean discontinuidades que propician algunos cambios en la posición competitiva. Éstos desempeñan parcialmente su papel al alterar las condiciones en el diamante (Ibídem).

El papel del gobierno

El auténtico papel del gobierno en la ventaja competitiva nacional es influir en los cuatro determinantes del diamante, el cual puede influir positivamente o negativamente. La política gubernamental influye también en la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, por medio de mecanismos tales como la regulación de los mercados de capitales y la política fiscal (León, 2004).

El gobierno puede ejercer influencia sobre cualquiera de los elementos del diamante, tanto positiva como negativamente. De la misma manera, el gobierno también puede ser influenciado o afectado por los elementos del diamante (Segura, 1998).

2.3 COMPETITIVIDAD SISTÉMICA

El concepto de competitividad sistémica parte de un fenómeno observado en muchos países en desarrollo, que se refiere a la inexistencia o insuficiencia de un entorno empresarial eficaz para alcanzar la competitividad estructural. Cada vez se acepta más que la creación de un entorno sustentador con el esfuerzo colectivo de las empresas, las asociaciones, el estado y otros actores sociales, puede conducir a un desarrollo más acelerado de las ventajas competitivas (Esser, et al, 1996).

Este modelo, conocido como competitividad sistémica, plantea cuatro niveles para explicar los elementos básicos que permiten la posibilidad de competir para las empresas en un país determinado (CEPAL, 1996). Estos niveles son:

Nivel meta

El nivel meta se refiere a la capacidad que tiene una sociedad para buscar y alcanzar los objetivos establecidos de manera conjunta. Para esto se requiere, en primer lugar, poder arribar a un consenso acerca de los objetivos mismos, los cuales muchas veces contraponen intereses presentes y futuros, o de distintos sectores sociales, ya que implican la definición del modelo que permitirá alcanzar la competitividad internacional. Además, en el nivel meta se forma la estructura social que complementa la formación de la estructura económica. En este aspecto debe favorecerse tanto el trabajo en red y la coordinación horizontal como la integración social que da legitimidad al Estado para hacer uso de su potencial y cumplir su función conductora del proceso nacional de desarrollo de la competitividad. La competitividad sistémica sin integración social es un proyecto sin perspectivas (Salim y Carbajal, 2006).

Este nivel se inserta de forma complementaria en cada uno de los otros niveles, y se refiere a aspectos del recurso humano, como desarrollo de habilidades y conocimientos y por ende, comprende los temas de educación y capacitación (Rojas y Sepúlveda, 1999).

Nivel macro

En este ámbito aparecen elementos de carácter social (como la inseguridad ciudadana), y las variables macroeconómicas manejadas por el Estado, como el déficit fiscal, la inflación, y con ella el tipo de cambio y la tasa de interés, las cuales afectan sustancialmente el comportamiento productivo. También entran en juego aquellos aspectos externos al país y que influyen en la cadena, como son los precios internacionales y las exigencias de calidad en los mercados finales. Las políticas de manejo integrado de recursos naturales se conciben en este ámbito con el fin de mantener el equilibrio de todo el sistema de desarrollo sostenible. Asimismo, dentro de este ámbito, se encuentran factores referentes a la demanda, tales como: gustos y preferencias de los consumidores, volumen y tendencia de crecimiento, origen, tipo y grado de segmentación y exigencias o grado de sofisticación de los consumidores (Rojas y Sepúlveda, 1999).

Las fuentes más poderosas de inestabilidad macroeconómica son los déficits presupuestarios y de balanza de pagos cuando sus niveles son constantemente elevados. Los fuertes déficits presupuestarios acentúan las tendencias inflacionarias existentes y obstaculizan la actividad inversionista del sector privado, ya que éste ve limitadas sus posibilidades de obtención de créditos. Los déficits en la balanza de pagos, inevitables con un tipo de cambio sobrevaluado, contribuyen a aumentar la deuda externa y, por ende, el servicio de la misma, lo que debilita en forma persistente la actividad inversionista nacional al tiempo que entorpece la importación de bienes de capital, poniendo en peligro con ello los fundamentos mismos del crecimiento de la economía nacional. La estabilización del contexto macroeconómico tiene que apoyarse sobre todo en una reforma de las políticas fiscal y presupuestaria, como también la monetaria y cambiaria (CEPAL, 1996).

Nivel micro

A nivel micro, se identifican factores que condicionan el comportamiento de la empresa, como la productividad, los costos, los esquemas de organización, la innovación con tecnologías limpias, la gestión empresarial, el tamaño de empresa, las prácticas culturales en el campo, tipo de tecnologías, conciencia ambiental de la empresa, diversificación y control de calidad de los productos, avance en esquemas de comercialización y distancias entre fuentes de materias primas, empresa y mercados (traducido en costos de transporte) (Rojas y Sepúlveda, 1999).

Para poder afrontar con éxito las nuevas exigencias, las empresas y sus organizaciones necesitan reorganizarse en gran medida, tanto a nivel interno como dentro de su entorno inmediato. A tal efecto no bastan los cambios incrementales como los que se proyectaban en los años ochenta con la automatización intensiva y la creación de redes informáticas (bajo el lema de "automatizar el taylorismo"). La consecución simultánea de eficiencia, flexibilidad, calidad y velocidad de reacción presupone más bien introducir profundos cambios en tres planos diferentes (CEPAL, 1996):

- Organización de la producción.
- Organización del desarrollo del producto.
- Organización y relaciones de suministro.

La competitividad industrial no surge naturalmente al modificarse el contexto macro, ni se crea recurriendo únicamente a la empresa. Es más bien el producto de un patrón de interacción compleja y dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermedias y la capacidad organizativa de una sociedad. En consecuencia, concordando en este punto con el enfoque neoliberal, es importante contar con un sistema de incentivos orientados a la competitividad que obligue a las empresas a acometer procesos de aprendizaje, de innovación y a incrementar su eficiencia. Sin embargo, esto no basta. Sobre la base del nuevo paradigma se fueron diseñando conceptos de política económica específicos, con el fin de consolidar la dinámica y competitividad internacional de países industrializados o en vías de desarrollo (Salim y Carbajal, 2006).

Nivel meso

El nivel meso se refiere a la construcción de redes de colaboración interempresarial, que permita aumentar las capacidades individuales de las empresas. Así, este nivel corresponde a las políticas e instituciones ubicadas entre la macro gestión y el micro nivel y es determinante para la capacidad innovadora tecnoorganizacional y para el mejoramiento de las condiciones del entorno. La formación de políticas a nivel meso requiere no solo de la participación del Estado, sino que incumbe también a diversos actores no gubernamentales. De esta forma, las políticas que configuran el nivel meso poseen una dimensión nacional y una regional o local, y deben entenderse como una tarea transectorial dirigida a mejorar constantemente la localización económica (Salim y Carbajal, 2006).

A nivel nacional, las políticas meso apuntan a desarrollar las infraestructuras físicas (transportes, telecomunicaciones, energía, agua y desagüe, desechos cloacales) y las infraestructuras inmateriales (formación de sistemas educativos, etc.). Asimismo, son importantes las políticas selectivas y activas de comercio exterior (política comercial, estrategias de penetración a los mercados), así como la defensa activa de intereses a nivel internacional (Ibídem).

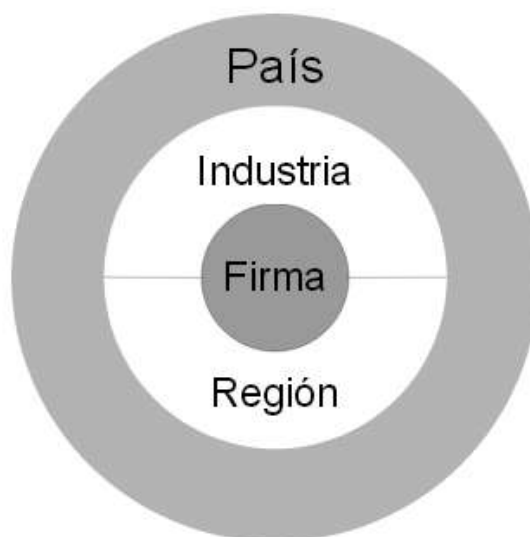
A mayores requerimientos a las empresas se hace más claro que éstas ya no pueden competir de forma aislada, sino que requieren conformarse en grupos empresariales articulados en redes de colaboración. Estas redes no incluyen solo a grupos de empresas, sino que además

requieren de la participación de instituciones relacionadas con las actividades empresariales, como universidades, organizaciones de fomento, centros de investigación y desarrollo, grupos de consultores especializados, entre muchos otros, así como los diferentes niveles de gobierno (CEPAL, 1996).

2.4 NIVELES DE COMPETITIVIDAD

Para poder encontrar sentido del término competitividad, se debe aclarar a qué nivel se está aplicando. Musik y Romo (2004) identificaron cuatro de estos niveles: la empresa, la industria, la región y el país. Además, clasificaron estos niveles dentro de una estructura de niveles concéntricos jerarquizados de competitividad.

Figura 2.2 Niveles concéntricos jerarquizados de competitividad.



Fuente: Musik y Romo, 2004.

Como se aprecia en la figura, la clasificación incluye niveles de análisis micro (la empresa), meso (la industria y la región) y macro (el país). La empresa aparece al centro de los anillos concéntricos de la competitividad debido a que, aparte de todos los factores internos mencionados que afectan a la empresa, existen otras variables externas que tienen un impacto importante sobre la competitividad de la misma. Al nivel de la industria, la concentración de mercado, la diferenciación de productos, los precios internacionales de los

bienes producidos, así como la existencia de una política industrial explícita en el sector, son sólo algunas de las variables más importantes. A nivel regional, se puede mencionar la existencia de la infraestructura requerida, la existencia de número suficiente de trabajadores calificados, o la posibilidad del surgimiento de efectos de aglomeración debido a la ubicación de varias plantas dentro de una misma área geográfica y, finalmente, las variables al nivel país tienen un impacto sobre la empresa, especialmente el valor de la tasa de cambio y las tasas de interés (Ibídem).

Nivel de la empresa

Como lo plantean Michael Porter (1990) y Paul Krugman (1979) las que compiten no son las naciones sino las empresas, a un país lo hacen competitivo las empresas competitivas que hay en éste. Por lo tanto la base de la competitividad se encuentra en la empresa.

Los factores subyacentes de la competitividad de las empresas de acuerdo con Musik y Romo (2004), son: la flexibilidad de la empresa, la producción justo a tiempo, las actividades de investigación y desarrollo, la capacitación de los trabajadores, la rotación del personal, las inversiones para perfeccionar y mejorar la planta y la disponibilidad de crédito.

Garay (1998), identifica tres grandes grupos de factores: los empresariales, los estructurales y los sistémicos. Los empresariales se refieren a aquellos sobre los cuales la empresa tiene poder de decisión y que puede controlar y modificar a través de su conducta. En el segundo grupo de factores, los estructurales, la capacidad de intervención de la empresa es limitada, puesto que ellos se refieren al tipo de mercado, a la estructura industrial y al régimen de incentivos y regulaciones propios de cada uno. Por último, el tercer grupo de factores que afectan la competitividad son los sistémicos, éstos constituyen externalidades para la empresa y, por tanto, la posibilidad de intervenir individualmente sobre ellos es escasa o nula.

El significado de competitividad de la empresa es bastante claro y directo. Éste deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en el precio y en la calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico. Así, la pérdida de competitividad se traduciría en una pérdida de ventas, menor participación de mercado y finalmente, en el cierre de la planta (Musik y Romo, 2004).

Nivel de la industria

Una industria es el conjunto de todas las empresas que se dedican a actividades económicas similares, de esta manera, la competitividad de una industria deriva de una productividad superior, ya sea enfrentando costos menores a los de sus rivales internacionales en la misma actividad, o mediante la capacidad de ofrecer productos con un valor más elevado. Dada la definición de industria, se infiere que su competitividad es el resultado, en gran medida, de la competitividad de empresas individuales, pero al mismo tiempo la competitividad de las empresas se verá incrementada por el ambiente competitivo prevaleciente en la industria (Ibídem).

Markusen (1992) argumenta que una industria es competitiva si la productividad total de los factores es igual o mayor que la de sus competidores y si los costos unitarios promedio son iguales o menores que los de sus competidores.

Una industria competitiva presenta más oportunidades para desarrollar eslabonamientos verticales, con impactos positivos sobre el desarrollo industrial del país. En el caso de los países en vías de desarrollo, una vez que se ha iniciado el proceso de ensamble de componentes importados (con un valor agregado local reducido) y que éste se ha arraigado, el proceso de industrialización debe avanzar para incrementar el uso de insumos locales y fomentar eslabonamientos hacia atrás con proveedores locales. Este proceso impulsa la difusión de tecnologías y conocimientos técnicos (Musik y Romo, 2004).

Battat et al. (1996) se refieren a los eslabonamientos como las relaciones interempresariales en las que una compañía adquiere bienes y servicios como sus insumos de producción en forma regular, de una o más compañías en la cadena de producción. Al proporcionar insumos para las empresas en industrias competitivas, los subcontratistas deberán atender preferencias superiores con respecto al diseño, especificaciones técnicas, calidad del producto y tiempos de entrega. Además, la subcontratación puede permitir a las empresas aumentar su producción y beneficiarse de economías de escala. La naturaleza de la industria tiene un efecto importante sobre la probabilidad de observar eslabonamientos hacia atrás. La tendencia a desarrollar eslabonamientos hacia atrás aumenta cuando el producto final requiere de diversos tipos de componentes o su manufactura involucra habilidades o tecnologías específicas. Cuando la

capacidad para proporcionar estos componentes dentro de la misma empresa es limitada, resulta inevitable la contratación de terceros.

Nivel de la región

Como señalan Charles y Benneworth (1996) el debate crucial con respecto a la competitividad regional gira en torno a la relación entre la competitividad de las firmas y la repercusión que ésta tiene sobre la competitividad de los territorios relacionados con estas firmas, ya sea a través de su propiedad o su ubicación.

Asimismo, y de conformidad con el marco de los niveles concéntricos de competitividad ilustrados en la figura 2.2, se debe reconocer que el desempeño y el desarrollo de una empresa se determinan en gran medida por las condiciones prevalecientes en su entorno, especialmente las condiciones en su proximidad geográfica inmediata (Malmberg et al. 1996).

El elemento regional en la discusión sobre competitividad no puede ser exagerado. Una vez que el ambiente empresarial mejora (gracias a una mejor infraestructura, mejores centros de educación, niveles de vida, u otras políticas gubernamentales explícitas diseñadas para atraer inversiones a la región), las compañías empiezan a concentrarse en ubicaciones geográficas específicas, dando origen a la formación de clusters. Los clusters son grupos geográficamente cercanos de compañías, proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas en un campo particular, que están interconectados y vinculados entre sí por aspectos comunes y complementarios. Los clusters tienen el potencial de afectar de manera positiva la competitividad, principalmente a través de los tres mecanismos siguientes (Porter, 2003).

1. Incrementando la productividad de las empresas o industrias constituyentes.
2. Incrementando la capacidad de innovación y, en consecuencia, el crecimiento de la productividad.
3. Estimulando la formación de nuevos negocios que expanden el cluster y en consecuencia, dan mayor sustento a la innovación.

Se puede añadir que la aglomeración reduce asimismo las barreras para la difusión de conocimiento. Como indican Malmberg et al. (1996), las redes formales e informales entre las

personas en una ubicación común, que con frecuencia se han desarrollado a través de una interacción de largo plazo, y la evolución resultante de las instituciones locales forma parte del capital social que rodea los procesos de innovación.

Nivel nacional

Este nivel es crucial, ya que determina en gran medida la competitividad de los demás niveles inferiores. Un asunto fundamental con respecto a la cuestión de la competitividad nacional es si los países realmente compiten entre sí, o si el término competitividad es una forma inadecuada de evaluar la salud general de una economía. Ciertamente, se puede argumentar que los países compiten por atraer inversiones extranjeras, pero tal como señala Siggel (2003), los atributos que atraen la inversión extranjera son la estabilidad, el buen gobierno y las oportunidades de inversión rentables, los cuales no son idénticos a un fuerte desempeño en las exportaciones.

En el caso de EE.UU, el gobierno de Clinton asumió el poder con el objetivo de implementar una estrategia de competitividad que buscaba restaurar la competitividad internacional de las empresas norteamericanas. El presidente declaró incluso que los EE. UU eran como una gran corporación compitiendo en el mercado global. De igual forma, el entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, afirmaba que la pérdida de competitividad internacional, especialmente la incapacidad de competir contra los estadounidenses y los japoneses, era la culpable de la tasa de desempleo tan elevada en Europa (no culpó al elaborado sistema de asistencia social europeo que desalentaba a los patrones a crear nuevos empleos). Con este telón de fondo, Krugman lanzó un ataque en contra del concepto de competitividad nacional en un artículo aparecido en la revista *Foreign Affairs* (Krugman, 1994). En éste expuso que, a pesar de lo atractivo del argumento, enmarcar los problemas económicos nacionales en términos de una competencia internacional era infundado y resultaba peligroso, puesto que esta perspectiva contribuía a desviar la atención de los verdaderos problemas subyacentes y conducía a la aplicación de malas políticas económicas, con el subsecuente desperdicio de recursos escasos.

Analizando los problemas de la industria estadounidense, y en lugar de culpar principalmente a los factores internos de la empresa, los macroeconomistas detectaron el problema

subyacente en otras variables, principalmente en el estancamiento del crecimiento de la productividad experimentado en los EE. UU a partir de principios de los años setenta y al importante déficit gubernamental. Además, la baja tasa de ahorros se consideró como un factor conducente a bajas tasas de inversión en nuevas plantas y equipo, reforzando las bajas tasas de crecimiento en la productividad. De esta manera, según ellos, el comportamiento interno de la empresa representa sólo una pequeña parte del problema. Lo que realmente importa es el entorno macroeconómico en el que la empresa opera (Musik y Romo, 2004).

Boltho (1996) presentó definiciones más concisas de la competitividad desde una perspectiva macroeconómica. A corto plazo, equiparaba la competitividad con el valor de la tasa de cambio real. Así, un país con un nivel de pleno empleo que no tiene competitividad estaría sufriendo un déficit persistente en la cuenta corriente que comúnmente se ajustaría mediante una mezcla de deflación y depreciación. El costo de estos desajustes, particularmente una tasa de cambio sobrevaluada, puede conducir a pérdida en la participación de mercado y desempleo. Por otra parte, la definición de competitividad a un plazo más largo incluye el objetivo de elevar los niveles de vida de la población, y es una función del crecimiento en la productividad.

Resulta interesante señalar que prácticamente todos los autores, sin importar si son de formación economistas o de escuelas de negocios, o si existe entre ellos un consenso sobre el uso del término cuando se aplica a las economías nacionales, concuerdan que la tasa de crecimiento de la productividad (no la tasa de crecimiento de la productividad con relación a otros países) es la medida última de la competitividad. La productividad de un país determina su nivel de vida, ya que una productividad más elevada puede sustentar mejores salarios y rendimientos atractivos del capital invertido (Musik y Romo, 2004).

2.5 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

Calderón (2001), menciona que el estudio del comercio internacional ha sido motivo de múltiples análisis y concepciones teóricas que han desencadenado una parte activa y polémica de la economía. En este sentido el tema de la competitividad ha ido cobrando cada vez mayor interés, no solo en el ámbito del comercio internacional, sino también en otras áreas de la economía moderna. Generalmente la medición de la competitividad se efectúa a través del tipo de cambio real. No obstante, la literatura económica ofrece un análisis alternativo para

dicha medición en el diseño de indicadores construidos con base en la composición de los principales productos de exportación e importación de una economía. De esta manera y con el objeto de conocer las características de cada uno de ellos con relación al desempeño del comercio exterior, a continuación se exponen los cinco indicadores más utilizados en este tipo de análisis:

1. Índice de la especialización productiva.
2. La ventaja comparativa revelada.
3. El índice de posición competitiva relativa.
4. El descuento neto exterior.
5. La tasa de cobertura.

EL ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA

Este indicador permite evaluar en el tiempo los elementos del mercado que influyen en la configuración de la producción; se puede medirlo relacionando la producción de bienes con las exportaciones e importaciones de un mismo producto. Adicionalmente, permite establecer una tipología de los productos para un cierto periodo (Ibídem).

LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA.

Tal como lo señalan Arias y Segura (2004) las ventajas comparativas reveladas son indicadores prácticos para determinar, en forma indirecta, las ventajas comparativas que tiene un país. Esto tiene como propósitos generales procurar una asignación más eficiente de los recursos escasos de que dispone un país, ampliar el intercambio comercial en un ambiente de mayor apertura, buscar la especialización en actividades más rentables y con mayor valor agregado y evaluar el desempeño productivo y comercial que ha tenido el país en un periodo dado, todo esto con el fin último de mejorar el bienestar general de toda una nación.

El indicador que se utiliza para medir la competitividad relativa de los distintos sectores son las llamadas Ventajas Comparativas Reveladas (VCR's). Hace 40 años Bela Balassa publicó un trabajo titulado "Indicador de la Ventaja Comparativa Revelada". Desde entonces, la medida ha sido aplicada en numerosos informes, como UNIDO, 1986; World Bank, 1994, y publicaciones

académicas como Aquino, 1981; Crafts y Thomas, 1986; Van Hulst, 1991; Lim, 1997, como una medida de especialización del comercio internacional.

El análisis de la VCR, es un enfoque que busca revisar los términos de intercambio entre dos o más países. Dado de que las estimaciones de las VCR's establecen una clara diferencia entre un bien específico y el resto de bienes transados en la economía, y también entre una país determinado y el resto del mundo, se evita la doble contabilidad entre productos y entre países. El cálculo del Índice de la Ventaja Comparativa Revelada utiliza tanto datos de importaciones como exportaciones, y automáticamente considera tanto la demanda como la oferta de los productos (Ayvar, 2006).

Además este índice se calcula usando datos actuales de comercio y, por tanto, incorpora la influencia de factores tales como niveles relativos de ingreso, eficiencias, políticas y estructuras de mercado (Balassa, 1965). Ayvar (2006), señala que algunas especificaciones sobre el indicador de la VCR se han aterrizado a nivel global, como lo hizo Vollrath en 1991, y otras los han hecho a nivel regional o subglobal, como la especificación original de Balassa en 1965.

De la utilización de este indicador se pueden extraer dos corolarios: en primer lugar, una economía que participa del comercio internacional tiene por definición sectores que son más competitivos y otros que lo son menos. En segundo lugar, deja de tener sentido hablar de la pérdida o del incremento de la competitividad de una economía en su conjunto. Lo que sí puede suceder es que se produzca un cambio en la estructura de ventajas comparativas tal que sectores que antes eran competitivos dejen de serlo (Chudnovsky y Porta, 1990).

EL ÍNDICE DE POSICIÓN DE COMPETITIVA RELATIVA

Pinto (1996) ofrece la metodología para determinar el tipo de la posición competitiva de un país. Para el efecto, se utiliza el Indicador que muestra la Posición Competitiva Relativa (IPCR) para cada producto y para algunos años. En la metodología usada para calcular este índice el indicador de mérito demuestra la distribución temporal de los superávit y déficit comerciales de cada producto, del país informante respecto al comercio mundial.

EL DESCUENTO NETO EXTERIOR

Otra metodología para medir la competitividad del sector externo, según Pinto (1996), es aquella que calcula el descuento neto exterior. Este indicador permite revelar el comportamiento de los precios de las exportaciones y de las importaciones con relación a los precios internos. Por ello, se le puede considerar como una *proxy*⁶ de los términos de intercambio, que tiene la ventaja de evaluar por separado la evolución relativa del precio de las exportaciones y de las importaciones. La tasa de descuento neto exterior proporciona los cambios del poder adquisitivo de ingreso nacional que induce un deterioro o una mejora de los términos de intercambio. Esta relación puede ser negativa, en el caso de un descuento neto por el exterior (deterioro de los términos de intercambio), o bien puede ser positiva si se trata de un descuento neto sobre el exterior (mejoramiento de los términos de intercambio).

LA TASA DE COBERTURA

La tasa de cobertura es un indicador que permite apreciar en qué medida las exportaciones de un grupo de productos (o del conjunto de exportaciones del país) logran compensar los gastos de importaciones relativas al mismo grupo de productos (Calderón, 2001).

2.6 MODELOS DE COMPETITIVIDAD

Dos de las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo (*HBS* y *el IMD*) han brindado las bases teóricas para elaborar estudios comprensivos de la competitividad tomando como unidad de análisis a los países. Aunque el concepto de competitividad aún no ha tenido consenso para convertirse en paradigma de los negocios internacionales como sí lo es la teoría de la ventaja comparativa en el comercio internacional, resulta cierto que los agentes económicos, políticos y sociales utilizan e incluso institucionalizan, la competitividad para justificar sus estrategias en el plano privado y sus políticas en el plano público (Lombana y Rozas, 2008).

⁶ En estadística, se refiere a una variable que de por sí no tiene gran interés, pero de la cual se pueden obtener otras de mucho interés. Para que esto sea posible, la variable proxy debe poseer una fuerte correlación, pero no necesariamente lineal o positiva, con el valor inferido. No tiene ningún valor si los datos no se ajustan a alguna relación.

Modelo del World Economic Forum (WEF)

El WEF cuenta con un modelo a escala mundial que le permite analizar y cuantificar los factores que determinan la competitividad de las naciones, cuyos resultados son dados a conocer de manera anual en su Informe de Competitividad, retoma algunos argumentos teóricos de Porter, sobre todo para la elaboración del Índice de Competitividad de los Negocios (WEF, 2013).

Desde 2002 el WEF ha utilizado una metodología desarrollada por Jeffrey Sachs y John McArthur denominada Índice de Competitividad de Crecimiento, que mide la capacidad de una economía para lograr un crecimiento económico sustentable en el mediano plazo y está formado por tres categorías de variables: ambiente macroeconómico, instituciones públicas y tecnología. Para el informe del 2006 se adoptó una nueva metodología desarrollada por Xavier Sala-i-Martin, que incorpora un conjunto mayor de factores como determinantes de la productividad, y por lo tanto de la competitividad de los países. El Informe de Competitividad Global (ICG) mide nueve factores de la productividad, clasificado cada uno de ellos en tres diferentes estadios de desarrollo económico de los países: a) factores básicos, que corresponden al estadio de crecimiento inicial e incluye instituciones públicas, infraestructura, macroeconomía y educación primaria y salud; b) factores de eficiencia, que corresponden al estadio de crecimiento intermedio e incluye educación superior y capacitación, eficiencia de mercado y actualización tecnológica; y c) factores de innovación, que corresponden al estadio de crecimiento superior e incluyen calidad del comercio e innovación (WEF, 2013).

Aparte del ICG, el informe del WEF también incluye al Índice de Competitividad de Negocios (ICN), el cual evalúa la eficiencia con la que una economía utiliza la dotación de recursos disponibles. Esta metodología fue desarrollada por Michael Porter y tiene como finalidad medir los aspectos microeconómicos de la competitividad, con énfasis especial en aquellos factores que hacen posible que el sector privado de los países, o las empresas mejoren su eficiencia y productividad. La medición del ICN se fundamenta en dos grandes grupos de variables: a) la calidad del ambiente de negocios, cuya particularidad es que incluye variables que no pueden ser controladas por las empresas y los empresarios y que hacen al entorno de los negocios; b) las operaciones y estrategias de las empresas, que incluyen variables que sí son controlables

por las empresas y que por lo tanto miden su capacidad, su visión emprendedora y su inclinación hacia la innovación (WEF, 2013).

Modelo del International Institute for Management Development (IMD)

El IMD (2004) argumenta que un país no puede reducir su competitividad al Producto Interno Bruto (PIB) y a la productividad, dado que existen aspectos políticos, sociales y culturales que influyen en el desempeño de las empresas. En tal sentido, los países deben proporcionar una mejor infraestructura, mejores instituciones y mejores políticas que permitan incrementar la competitividad empresarial. Dicho de otra forma, el IMD analiza la habilidad de las naciones para crear y mantener un ambiente competitivo.

El Informe de Competitividad Mundial (IMD) es publicado desde 1989 y ha tenido como propósitos comparar la competitividad de diferentes países, examinar la evolución de la competitividad de un país a través del tiempo, examinar y comprender las fortalezas y las debilidades de un país e identificar los principales desafíos que enfrenta la competitividad de un país. Para la edición del año 2011, el IMD evaluó la competitividad de 59 países mediante el uso de criterios de carácter cuantitativo y cualitativo, estos últimos permiten analizar la competitividad a través de la percepción de líderes empresariales del mundo. Estos criterios se agrupan en cuatro factores (IMD, 2013):

- A. **Desempeño económico:** permite evaluar la macroeconomía de cada uno de los países e incluye variables como economía doméstica, comercio internacional, inversión extranjera, empleo y precios.
- B. **Eficiencia del gobierno:** mide el grado en que las políticas del gobierno favorecen la competitividad, con variables como finanzas públicas, política fiscal, marco institucional, legislación para los negocios y marco social.
- C. **Eficiencia empresarial:** mide el grado en que las empresas se desempeñan en forma innovadora, eficiente y responsable e incluye variables como productividad y eficiencia, mercado laboral, finanzas, prácticas gerenciales y actitudes y valores.

- D. **Infraestructura:** mide el grado en que los recursos básicos, tecnológicos, científicos y humanos cumplen las necesidades de negocios con variables como infraestructura básica, tecnológica y científica, salud y medio ambiente y educación (IMD, 2013).

Algunas críticas realizadas a este modelo van en el sentido de que no establece ninguna medida de competitividad bajo el argumento de no limitar el concepto de competitividad al PIB y productividad. De igual forma el que se deban tomar los resultados como un acto de fe y asumir que la competitividad tiene una definición universal (Sanjaya Lall, 2003).

Modelo del Diamante Competitivo de Porter

Porter (1996) considera que la competitividad de un país depende de la capacidad de la industria para innovar y mejorar continuamente. De la misma manera señala a la ventaja competitiva como algo creado y sustentado a través de un proceso localizado, por ejemplo, las diferencias en valores, cultura, estructura e historia constituyen respectivos aspectos para los éxitos competitivos definiendo cuatro factores que generan la ventaja competitiva.

1. **Condiciones de los factores.** Situación de la nación en cuanto a los factores de producción, tales como mano de obra especializada, o la infraestructura, necesarios para competir en sector determinado.
2. **Condiciones de la demanda.** La naturaleza de la demanda del producto o servicio del sector en cuestión en el mercado interior.
3. **Sectores afines y auxiliares.** Presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos.
4. **Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.** Las condiciones en la nación que rigen el modo con que las empresas se crean, organizan y gestionan, así como la naturaleza de la competencia interna.

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)

El IMCO define la competitividad como la capacidad de atraer y retener inversiones y talento. Esta definición implica que para poder lograr estos dos objetivos, es necesario que los países y las entidades federativas de México ofrezcan condiciones integrales y aceptables en el ámbito internacional para maximizar el potencial socioeconómico de las empresas y de las personas que en ellos radican. Además, debe incrementar de forma sostenida su nivel de bienestar, más allá de las posibilidades intrínsecas que sus propios recursos, capacidad tecnológica y de innovación ofrezcan. Todo ello, con independencia de las fluctuaciones económicas normales por las que México atraviese (IMCO, 2005).

En el año 2005 el IMCO, publicó el documento denominado “Situación de la competitividad de México 2004: Hacia un impacto de competitividad” en él desarrolló un índice de competitividad en el cual se clásica a 45 países, que en términos generales compiten con México en materia comercial e inversión. Este documento presenta un análisis de los diez factores que integran el índice de competitividad diseñado, dichos factores son:

1. Sistema de derecho confiable y objetivo.
2. Manejo sustentable del medio ambiente.
3. Sociedad incluyente, preparada y sana.
4. Macroeconomía estable.
5. Sistema político, estable y funcional.
6. Mercado de factores eficientes.
7. Sectores precursores de la clase mundial.
8. Gobierno eficiente y eficaz.
9. Relaciones internacionales benignas.
10. Sectores económicos con potencial.

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

Ante el creciente interés de las naciones por evaluar sus nivel competitivo y ante la utilidad de este tipo de índices y mediciones tienen para sus desarrollo económico, el ITESM, realizó el reporte de “Competitividad de los Estados” que se publicó cada dos años hasta 1999, en el cual

es muestran las posiciones relativas de los 32 estados, en los diferentes factores de competitividad definidos por el Instituto que son: fortaleza económica, infraestructura, recursos financieros, ciencia y tecnología, administración de los recursos públicos, marco institucional e internacionalización.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (INEGI)

El INEGI, realiza estudios sobre las organizaciones mediante una compleja interacción de factores y tiene indicadores de la competitividad, dichos indicadores son:

1. Tasas de interés nominales.
2. Salarios por hora /hombre en la industria manufacturera.
3. Remuneración por persona ocupada en la industria manufacturera.
4. Productividad de la mano de obra por hombre/hora.
5. Costos unitarios de la mano de obra de las industrias manufactureras.
6. Promedios arancelarios de México.
7. Promedios arancelarios en productos manufactureros de EE. UU.

Modelo Basado en la Calidad Total

Ugo Fea menciona en su libro “Competitividad es calidad total: manual para salir de la crisis y generar empleo”, que la competitividad es un proceso productivo mediante el cual se transforman recursos en bienes vendibles con generación de valor añadido y beneficios; utilizando las siguientes variables:

- Proceso productivo: la organización de los medios y sistemas para conseguir un producto.
- Recursos: la actividad del empresario, el trabajo, las estructuras sociales, el capital, los materiales.
- Transformación de bienes vendibles: el producto tiene características aptas para satisfacer las necesidades de un cliente.
- Creación del valor añadido: el producto tiene un valor intrínseco superior: “vale más” que los recursos empleados.

- Generación de beneficios: precio de ventas superior al costo total de los recursos.

Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

BANCOMEXT es una institución mexicana que realiza actividades de comercio exterior y enuncia que el proceso de globalización de mercados, productos y servicios, la integración de México al bloque comercial de Norteamérica y el aumento de las oportunidades para que las empresas transformen sus actividades locales e internacionales, lleva a que una parte significativa de las empresas mexicanas se enfrenten crecientemente al reto de lograr verdaderos avances en su grado de internacionalización. Las variables a considerar para que las empresas mexicanas sean competitivas según esta institución son (Bonales, 2003):

- El precio.
- El servicio.
- La calidad.
- La productividad.
- Los valores.

Instituto Tecnológico de Georgia (ITG) de los EE. UU.

De acuerdo a Chávez (2004), estrictamente este modelo no representa una medición total de la competitividad debido a que solamente analiza el aspecto tecnológico del concepto. Sin embargo maneja un conjunto de indicadores que tratan de abarcar las seis áreas establecidas:

1. Productividad.
2. Crecimiento del Producto Interno Bruto.
3. Saldo del comercio exterior y participación de las exportaciones de los bienes manufacturados.
4. Capacidad empresarial. Distribución del ingreso, nivel de escolaridad.
5. Capacidad de tratamiento de aguas residuales, número de ingenieros por habitante, formación de recursos humanos.
6. Tendencia de crecimiento del valor agregado, tendencia de exportación de productos con mayor ingrediente tecnológico.

El proyecto se inició en 1987 con el objeto de desarrollar indicadores de la capacidad nacional para lograr la competitividad en productos manufacturados de alta tecnología.

Este proyecto de medición se basa en una combinación de indicadores los cuales son cuantificados tanto a través de datos estadísticos como con la opinión de un grupo de expertos. En 1996, el grupo de expertos consultados alcanzó un número de 207 distribuidos en diversos países. Los indicadores son integrados en siete factores de competitividad:

- La orientación nacional.
- La infraestructura socioeconómica.
- La infraestructura tecnológica.
- La capacidad productiva.
- El posicionamiento tecnológico.
- El énfasis tecnológico.
- La tasa de cambio tecnológico.

Modelo de Competitividad del Gobierno de México

El gobierno de México presenta sus lineamientos en 1994, con el objetivo de enfrentar a la competencia del TLCAN, establece sus bases para definir la competitividad de la industria mexicana. La competitividad según el gobierno de México está englobada en los lineamientos básicos en los cinco puntos siguientes (Chávez, 2004):

1. Establecer reglas claras y permanentes en el tiempo en cuanto a normas de producción y mecanismos de comercialización.
2. Promover las asociaciones entre productores para obtener economías de escala.
3. Impulsar el desarrollo integral para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.
4. Fomentar las condiciones para que se desarrolle la oferta de tecnologías de manera que la empresa, entre una amplia gama de opciones, seleccione libremente la que considere más adecuada implantar.
5. Promover que las señales del mercado sean transparentes para que el empresario tome libremente sus decisiones con base en éstas.

El Modelo de Competitividad Sistémica de René Villareal

Hoy la nueva economía mundial y de los negocios se caracteriza por la globalización de los mercados, la nueva era de la información, del conocimiento y del cambio continuo, rápido e incierto (Villareal, 2002).

De los aspectos relevantes de la nueva economía, se puede apreciar que la competencia de mercado es cooperativa, la participación en el mercado con procesos de manufactura vía alianzas estratégicas entre competidores, clientes y proveedores, para incrementar y marketing integrales e inteligentes, teniendo como fuente de ventaja competitiva la innovación y el aprendizaje a través del capital intelectual en una organización inteligente (Villareal, 2002).

En la nueva economía enfrentan de forma directa el fenómeno de la hipercompetencia global, caracterizado por la irrupción en el mercado local de empresas extranjeras que ya se encuentran físicamente en la zona o que tengan vínculos comerciales con el mercado local, representan una fuerte competencia en costos, precio, calidad, cantidad, servicio, presencia en el mercado e innovación y desarrollo tecnológico. En donde para que exista una sobrevivencia en la empresa y crecimiento económico, esta se debe caracterizar por los atributos de velocidad, globalidad y permanencia. Por lo que será fundamental distinguir adecuadamente los tres conceptos de ventaja competitiva: básica, revelada y sustentable (Flores, 2007).

- **Ventaja Competitiva Básica:** Ésta se obtiene bajando los costos de producción y/o aumentando la calidad del producto y/o del servicio, dependiendo del tipo de empresa que se trate, productora de bienes y/o servicios.
- **Ventaja Competitiva Revelada:** Se obtiene considerando o mejorando la posición o participación en el mercado.
- **Ventaja Competitiva Sustentable:** Se obtiene cerrando la brecha de la competitividad (del conocimiento productivo) con el competidor que va adelante en la carrera y ampliándola con el que va atrás.

En la nueva economía, el factor estratégico de la ventaja competitiva es el capital intelectual, este intangible no se compra, se cultiva, es un elemento en el que la empresa debe trabajar en todo momento, para tener los mejores hombres y mujeres trabajando en el sistema y a través de ellos obtener la mejor ventaja competitiva (Villareal , 2002).

El modelo de competitividad sistémica de acuerdo con Villareal (2002) plantea el desarrollo interfuncional e integral de seis niveles o subsistemas, con los que se sustenta el proceso competitivo de un país, región y empresa.

El objetivo del modelo es transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, elevando las capacidades competitivas de las empresa, los sectores productivos, las instituciones y el gobierno (Flores, 2007). Los seis niveles del modelo de competitividad sistémica son:

1. Microeconómico: Modelo empresarial. Empresa de orden mundial.
2. Mesoconómico: Modelo industrial. Clúster.
3. Macroeconómico: Modelo macro de crecimiento competitivo con estabilidad.
4. Internacional: Modelo de apertura con comercial con crecimiento balanceado.
5. Institucional: Modelo gubernamental y estado de derecho.
6. Político-Social: La formación de la confianza.

Estos seis niveles están soportados por los capitales que deben desarrollarse, el éxito del modelo se basa en el funcionamiento adecuado y la correcta interacción de cada uno de los niveles o subsistemas y de sus correspondientes capitales o pilares de la competitividad.

Modelo de Competitividad de las Empresas Ubicadas en Uruapan, Michoacán, que Exportan Aguacate a los EE.UU.

De acuerdo a Bonales (2003), la competitividad de las empresas exportadoras de aguacate a los EE.UU. ubicadas en Uruapan, Michoacán, está determinada por:

- a. Calidad de la fruta.
- b. Precio de exportación.

- c. Tecnología utilizada.
- d. La capacitación de sus integrantes.
- e. Canales de Distribución.

El objetivo de la investigación de este autor fue determinar las variables y en qué medida éstas definen la competitividad de las empresas de Uruapan, Michoacán, que exportan aguacate a los EE.UU, que permita a dichas empresas lograr con ello transformarse en empresas competitivas para el mercado estadounidense. Al respecto, el modelo de Michael E. Porter establece que para conocer la competitividad de una empresa o de un sector industrial se debe identificar la condición de las variables; la condición de la demanda; industrias relacionadas y de apoyo; y la estructura y rivalidad industrial. La competitividad que se asocia a la capacidad de las exportaciones de un país de aumentar su participación en el mercado mundial se registra en sectores que en escala internacional son los más dinámicos y el incremento en la posición competitiva se considera de mayor trascendencia para el país (Bonales, 2003).

Modelo de competitividad del Instituto Tecnológico de Masachussets (MIT)

Las variables que propone Instituto Tecnológico de Masachussets son:

- Precios bajos.
- Calidad en productos y servicios.
- Capacitación.
- Tecnología.
- Canales de distribución.
- Buena imagen.
- Nuevos productos y servicios.
- Servicio al cliente.
- Productividad.
- Promociones.
- Servicio de entrega puntual.
- Estilo del producto.

Modelo de competitividad basado en calidad

La calidad se entiende por la capacidad de una empresa para generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad resulta fundamental en un mundo de mercados globalizados, en los que el cliente por lo general puede elegir lo que necesita de entre varias opciones. Así cada vez más las organizaciones compiten por los clientes. Esto lleva a que las compañías busquen mejorar la integración e interrelación de sus diversas actividades. Un punto de partida básico es saber que los elementos significativos para la satisfacción del cliente y con ello para la competitividad de una empresa, están determinados por la calidad y los atributos del producto, el precio y la calidad del servicio (Gutiérrez, 2010).

Modelo de competitividad de Hernández y Rodríguez

La competitividad de una empresa, está determinada con un nivel de excelencia y solo se logra cuando se dominan las variables implicadas (Hernández, 2006).

1. Satisfacción del cliente.
2. Calidad del producto.
3. Rentabilidad.

Modelo de competitividad de Chudnovsky.

Los elementos que se analizan en los índices de competitividad son varios, pero todos destinados al aumento de la tasa de ganancia con la expectativa de generar una mayor inversión, pese a no tener ningún medio de coerción que asegure ni esta inversión ni la reinversión de las utilidades. La competitividad incluye (Chudnovsky, 1999):

1. Estabilidad política y social.
2. Ritmo de crecimiento económico.
3. Tamaño del mercado doméstico.
4. Disponibilidad de recursos naturales.
5. Nivel del tipo de cambio.
6. Calidad.

7. Costo de la fuerza laboral.
8. Características de la política fiscal y comercial.
9. Reglamentación sobre los flujos de capital.
10. Infraestructura física y tecnológica.
11. localización geográfica.
12. Densidad del tejido industrial doméstico.
13. Incentivos específicos.

Modelo competitivo de Miller

Miller (1987), considera que la utilización por parte de la empresa de cuatro dimensiones básicas contribuye, de forma significativa, a definir la estrategia que la misma sigue a la vez que ayuda a relacionar dicha estrategia con su estructura más apropiada. Estas cuatro dimensiones básicas son: innovación, diferenciación de marketing, amplitud y control del coste. Para este autor, la estrategia a nivel de negocio está basada en la importancia relativa otorgada a cada dimensión de la estrategia. A su vez cada dimensión está determinada por un conjunto de atributos competitivos específicos. De la integración de tales atributos surge el grado en que la organización persigue una u otra estrategia competitiva.

En síntesis con base a la literatura revisada las variables que se incluyen en esta investigación son calidad, productividad laboral, precio, políticas públicas, costos e innovación y se tomaron como referencia a los investigadores Michael Porter, Miller, Humberto Gutiérrez, Ugo Fea, Joel Bonales, Chudnovsky, Hernández y Rodríguez, y a las instituciones ITESM, WEF, IMD, IMCO, INEGI y BANCOMEXT.

En este capítulo se abordó el tema de competitividad, se hizo referencia sobre los conceptos que existen acerca de este término, señalando la definición que se considera útil para esta investigación, también se expuso la ventaja competitiva de Porter y se puntualizaron los diferentes enfoques, niveles, indicadores y modelo de la competitividad. En el siguiente capítulo se tratará el tema de la cafecultura a nivel nacional e internacional, como primer punto se explicará el origen del café y su dispersión en México, enseguida la producción y el mercado mundial y finalmente la situación del café en México.

PARTE III

MARCO REFERENCIAL

Para desarrollar esta investigación es necesario tener conocimientos previos sobre el tema en cuestión. En este capítulo se pretende dar un panorama amplio sobre el sector cafetalero, exponiendo los principales aspectos tanto a nivel nacional como internacional; se aborda el origen del café, su dispersión en el mundo, la producción, los principales mercados y la importancia que tiene este sector en el contexto mundial, nacional, estatal y regional, por otro lado se realiza una descripción del lugar objeto de estudio, con el fin de ubicar y conocer en el espacio el lugar donde se llevara a cabo la presente investigación.

El café es uno de los productos agrícolas con mayor dinamismo comercial en todo el mundo, debido a una marcada regionalización de la oferta (América y parte de Asia) y la demanda (Europa), además de ser el producto agrícola con el precio internacional más volátil; a nivel mundial goza de un gran valor ya que su precio es establecido en las dos principales bolsas de valores del mundo, siendo el precio de la variedad arábica fijado en la bolsa de Nueva York, mientras que el precio de la variedad robusta se establece en la bolsa de Londres. En cuanto a la estacionalidad de la producción está bien diversificada en tres de los cinco continentes, siendo América, Asia y África los continentes donde se produce el granos (SIAP, 2013).

México a nivel mundial ocupa el quinto lugar como país productor después de Brasil, Colombia, Indonesia y Vietnam, con un volumen de producción que oscila entre los 4 a 5 millones de sacos por año. México a pesar de ser uno de los países que más produce café, tiene uno de los consumos más bajos (1.2 kg per cápita) (Cafés de México, 2013).

CAPÍTULO III EL SECTOR CAFETALERO EN EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL

3.1 ORIGEN Y DISPERSIÓN DEL CAFÉ

Según los historiadores el café se descubrió en el año 300 d. C. en la provincia de Kaffa en Abisinia hoy Etiopía, situada al este de África y según una leyenda originaria de Yemen, afirma que fue un pastor llamado Kaldi quien al observar una extraña conducta en los animales que pastoreaba los cuales al llegar la noche se mostraban inquietos y sin querer dormir, se puso a vigilarlos durante el día y descubrió que comían los frutos rojos de una planta silvestre. El pastor probó dichos frutos sin mayores efectos durante el día pero al anochecer experimentó dificultades para conciliar el sueño; éste contó lo ocurrido al sacerdote de un convento quien tuvo la idea de preparar una infusión con aquellos frutos a la cual se aficionaron los monjes, pues les mantenía despiertos por las noches durante largas horas de oración, siendo así que en dicho lugar se cultivó y cosechó el café por primera vez (Delgado, 1997).

Pasados los siglos, los esclavos sudaneses que acompañaron a los etíopes en sus conquistas por Arabia, llevaban consigo granos de café con los que preparaban una bebida para soportar sus largas travesías. De este modo lo extendieron por dicha península en la que comenzó a ser cultivado y comercializado por todo el territorio musulmán. Cuando los turcos conquistaron Arabia, el café pasó a su poder quienes lo difundieron en Europa en donde hacia 1600 d. C. surgieron los primeros cafés públicos, sin embargo el cultivo seguía en manos de los árabes (Tariol, 1696).

Los primeros registros de compraventa de café proceden de Venecia en 1645, ciudad que sostenía un intenso comercio con los pueblos árabes, siendo hasta el reinado de Luís XIV que el café se introdujo en las cortes europeas gracias al entonces embajador de Persia en Francia, Salma Aga; y es a partir de entonces que el café se convierte en una bebida muy importante en la vida diaria de los pueblos de Occidente. De contrabando, en 1690 el holandés Nicolás Witzen traslado una planta de café que sembró en Indonesia, en donde el clima favoreció su desarrollo y de ahí el éxito de su cultivo, después otros holandeses establecieron plantaciones en Ceylán y Java, convirtiéndose así en los grandes propagadores del café (SEP, 1988).

Desde 1716, las plantas obtenidas de las semillas producidas por los primeros cafetos aclimatados en el Jardín de Plantas de París, fueron confiadas al cuidado del médico y farmacéutico Michel Isambert para su traslado a las colonias francesas del Caribe. Sin embargo, este primer experimento no tuvo el éxito esperado ya que la mayoría de las plantas se secó durante la travesía. Fue hasta 1723 cuando en un segundo intento, un médico de apellido Chirac encomendó nuevas plantas al capitán de infantería Gabriel Mathieu de Clieu, quien trasladó con sumo cuidado una planta a la Isla de Martinica (Thom, 1999).

Para 1726, en La Martinica ya había más de 200 cafetos con flores y frutos. De este lugar se trasladaron algunos cafetos a Santo Domingo, La Guadalupe y otras islas del Caribe. Otra vía de introducción del cultivo a tierras americanas se debió a los holandeses, quienes por 1718 formaron las primeras plantaciones en Surinam. Por otro lado, en 1715, la Compañía Francesa de las Indias, establecida en París, envió a la Isla de Borbón unas plantas de cafeto al cuidado del capitán Dufougeret-Grenier, quien las entregó al teniente Desforges-Boucher, éste al obtener semillas suficientes mandó sembrar unas 15,000 plantas en la isla. De esas plantaciones se derivó una variedad llamada *Coffea arabica var. Borbon*, cuyos granos, con el paso del tiempo, han llegado a figurar entre los más apreciados en el mercado europeo (García, 1984).

En la tercera década del siglo XVIII, el café empezó a plantarse en Brasil, a partir de semillas que fueron llevadas de la Guyana Francesa. En Costa Rica se hicieron las primeras siembras de café por el año 1789; en Venezuela en 1784; en Guatemala en 1760; en Panamá en 1791 y en Colombia en 1800. En Honduras se inició el cultivo en forma tardía, por el año de 1835; El Salvador en 1837 y en Nicaragua hasta 1848 (Patiño, 1969).

La introducción del café a México se presentó por el año 1790. Fue sembrado por primera vez en los alrededores de Córdoba, en el actual Estado de Veracruz. Al parecer, las primeras semillas plantadas en México procedían de Cuba (De Obergozo, 1855).

Otra vía de introducción del cultivo del café a México fue a través de Guatemala, en plantaciones que se iniciaron en la provincia de Soconusco y en otras partes del actual Estado de Chiapas. Se tienen noticias de que por 1847, el italiano Jerónimo de Manchinelli obtuvo

1,500 plantas de cafeto en un poblado de Guatemala y con ellas inició el primer cafetal en una de sus fincas llamada La Chácara, ubicada en los alrededores de Tuxtla. Posteriormente, de este lugar el cultivo se desplazó a varios lugares de la región del Soconusco y fue así como se inició la producción cafetalera en Chiapas. Un poco más tarde, el cultivo del cafeto se extendió por fincas que contaban con terrenos propicios en los actuales estados de Campeche, Colima, Durango, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco y Nayarit (Wogner, 1941).

3.2 PRODUCCIÓN Y MERCADO MUNDIAL

La historia del café en los mercados mundiales siempre se ha caracterizado por alta inestabilidad de los precios. Esta inestabilidad obligó a los gobiernos a negociar el primer Tratado Internacional sobre Café para estabilizar el mercado del café en 1962. Se introdujeron cuotas para evitar la sobreoferta de café en los mercados y se promocionó el consumo de café (FAIRTRADE, 2013).

En 1994 se logró un acuerdo sobre un nuevo Tratado Internacional sobre Café pero se decidió entonces que los precios del café ya no se regularían. Ese mismo año, las heladas en Brasil amenazaron las cosechas y los precios de la libra de café subieron hasta alcanzar el máximo histórico de 2.80 US\$ por libra. Sin embargo, la subida fue temporal. En octubre de 2001, la mayor caída de precios en treinta años supuso la ruina para los productores. En lo que hoy en día se conoce como la “Crisis del Café”, los precios cayeron por debajo de los 45 céntimos de dólar por libra. De la noche a la mañana, los precios internacionales se desplomaron (FAIRTRADE, 2013).

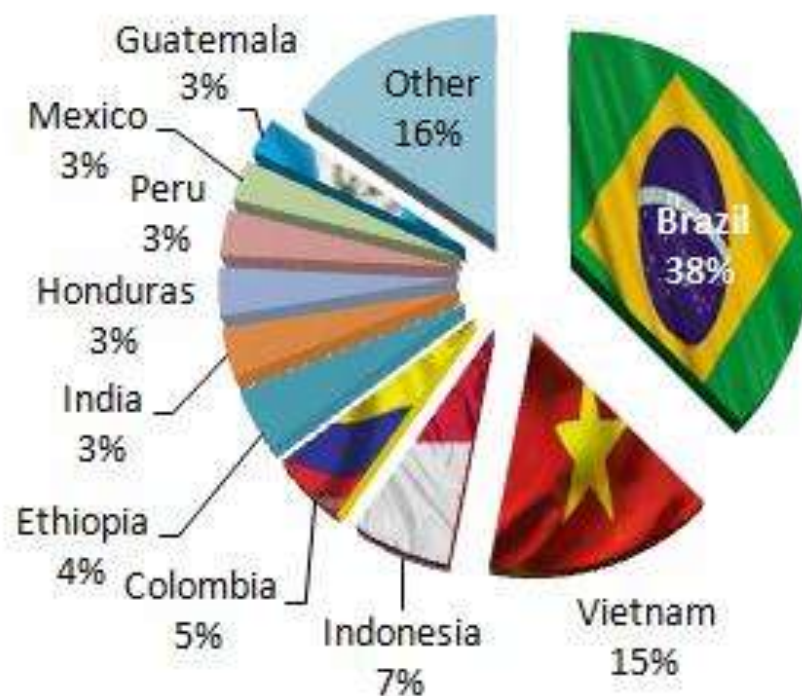
La última crisis de precios (2000–2004) tuvo rasgos que evidencian un cambio estructural en el mercado internacional del café, caracterizado por una mayor concentración en la oferta y en la demanda, que derivan en los menores precios al productor registrados en las últimas décadas. Por el lado de la oferta, el aumento sostenido de la producción mundial se explica por los sustanciales incrementos de Brasil y Vietnam. En Brasil, a raíz de la helada del ciclo 1994/1995, se amplió la superficie cultivada en tierras altas y planas, más protegidas de las contingencias climáticas, además de sustanciales innovaciones en las técnicas de cultivo y la mecanización de la cosecha, factores que han reducido sustancialmente los costos de producción y

aumentado los rendimientos hasta alcanzar 91 quintales por hectárea, nueve veces más que los rendimientos registrados en México (SPC, 2013).

Brasil no solo es el mayor productor de café del mundo, es también el segundo mayor consumidor. En los doce meses comprendidos entre noviembre 2008 y octubre 2009 el consumo interno aumentó hasta 18.4 millones de sacos sobre los 17.1 millones de sacos consumidos en los doce meses anteriores. (LA GUÍA DEL CAFÉ, 2013).

En el caso de Vietnam, la expansión se ha basado en varios factores. En primer término, en sus bajos costos de mano de obra, 1.3 dólares por jornal; en la asistencia técnica y económica proporcionada por la República Democrática Alemana a principios de los años ochenta; en la continuidad y fortalecimiento de las políticas de apoyo en la década de los noventa; la posterior apertura de las actividades agrícolas al sector privado y, finalmente, las líneas de crédito proporcionadas por organismos multilaterales para la apertura de nuevas zonas de cultivo (SPC, 2013).

Gráfica 3.1 Producción mundial de café.



Fuente: CABI con cifras del United States Department of Agriculture, 2012.

En el gráfico anterior, se observa la participación de los países en la producción mundial de café. Siendo los principales productores Brasil con un total de 55.90 millones de sacos, Vietnam con 22.40 millones de sacos, Indonesia con 9.70 millones de sacos, y Colombia con 7.9 millones de sacos. México es el sexto productor de café en el mundo, con el 3% de la producción mundial, equivalentes a entre 4.2 y 4.4 millones de sacos de los 135 millones producidos entre 50 países (CABI, 2012).

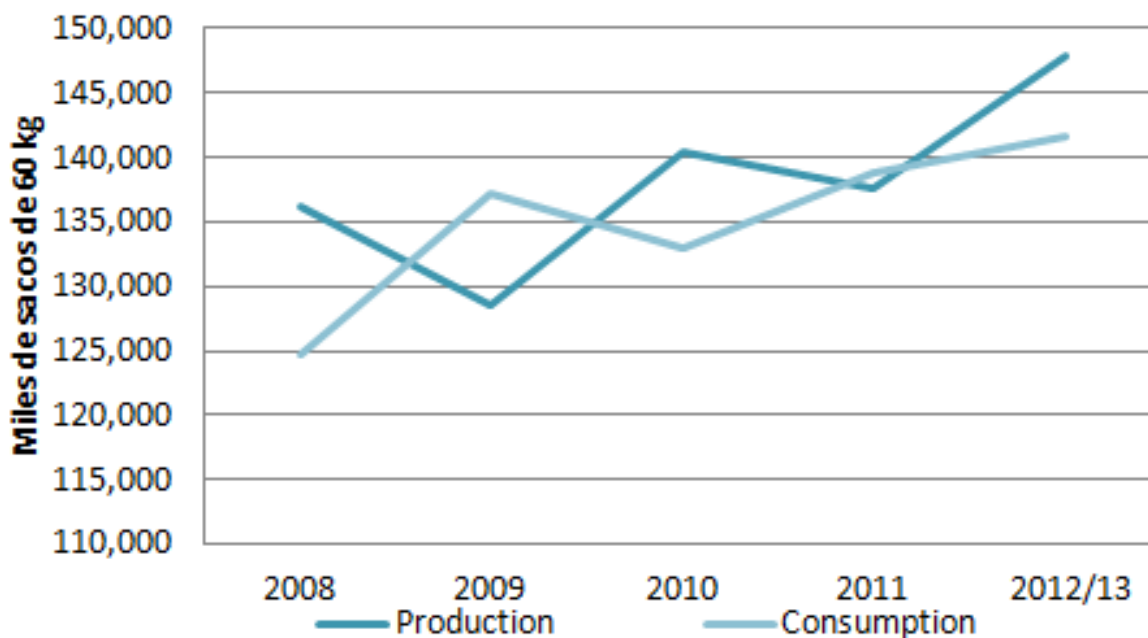
Tabla 3.1 Consumo mundial de café (miles de sacos de 60 kg)

PAÍS/AÑO	2013	%
EE.UU	22,238	15.7
Brasil	20,178	14.2
Alemania	8,830	6.2
Japón	7,131	5
Francia	5,789	4
Italia	5,731	4
Rusia	3,767	2.7
Indonesia	3,584	2.5
Canadá	3,498	2.5
España	3,435	2.4
Etiopía	3,387	2.4
Resto	54,434	38.3
Total	142.002	100

Fuente: Organización Internacional del Café, 2014.

Finalmente, en el gráfico siguiente se muestra la producción mundial, respecto al consumo doméstico entre el años 2008 al 2012, en el cual se observa el nivel de producción por encima del consumo mundial que se indicó al inicio, lo cual ha presionado los precios a la baja así como la desaceleración económica mundial por el lado de la demanda, con 147.92 millones de sacos producidos y un consumo doméstico de 141.70 millones de sacos hacia noviembre del 2012 (CABI, 2013).

Gráfica 3.2 Producción y consumo mundial anual de café.



Fuente: CABI con cifras del United States Department of Agriculture, 2012.

Por el lado de la demanda mundial, se observa un estancamiento provocado primordialmente por dos hechos. El primero es el desarrollo tecnológico que han llevado a cabo los grandes tostadores para ampliar la capacidad de mezclar cafés de distintos países, variedades y calidades, mediante procesos de vaporización que les permiten estandarizar el sabor y con ello disminuir riesgos en los volúmenes de suministros de café y utilizar en mayor medida cafés de calidades inferiores. El segundo hecho es la concentración desde la etapa de comercialización de café verde, y hasta las ventas en anaquel, que explica en parte que las bajas en los precios internacionales de café verde no se vean reflejadas en la disminución en los precios de venta del café en anaquel (CABI, 2013).

La demanda mundial está concentrada en países no productores del mundo desarrollado. Los principales compradores son EE.UU, Alemania, Francia, Japón e Italia que en conjunto representan el 70% de la demanda mundial (FAIRTRADE, 2013).

Considerando la atomización de la estructura productiva de México, basada en pequeños productores ubicados en zonas de difícil acceso, la concentración en los canales internacionales de comercialización, la producción intensiva en tecnología de Brasil y los bajos

costos de Vietnam en mano de obra, existen pocas oportunidades a los productores mexicanos en los mercados convencionales de café. Las alternativas ante este entorno, apuntan al ajuste de la estructura productiva y de comercialización hacia los cafés de calidad, el incremento del consumo interno y la reconversión productiva. El sistema de producción predominante es de baja tecnificación e intensivo en el uso de mano de obra. Por ello, el principal costo de producción es el pago de jornales para realizar labores culturales y cosecha que en algunas unidades productivas llega a representar hasta el 93% del costo total de producción (SPC, 2013).

3.3 EL CAFÉ EN MÉXICO

México produce un promedio de 4 millones de sacos de café verde. 96% es café arábica y 4% café robusta, es actualmente uno de los 10 principales países productores y exportadores a nivel mundial, en el ciclo 2011/2012 se exportaron 3.37 millones de sacos, de los cuales el 76% fue café verde, el 23% café soluble y el 1% café tostado y molido. A nivel nacional se cuenta con 500 mil productores que siembran 693,737 mil hectáreas. En 2011 las exportaciones de café alcanzaron un valor anual de 900 millones de dólares, con esta cifra México se posiciona en el décimo lugar a nivel mundial. Se exporta a 65 países de los cinco continentes, siendo EE.UU, Bélgica y Alemania, Canadá y Puerto Rico los principales clientes (NUESTRO CAFÉ, 2013).

Gráfica 3.3 Principales destinos del café mexicano.



Fuente: Revista NUESTRO CAFÉ, 2013.

Actualmente se cultiva café en 12 estados de México y 398 municipios (Padrón Nacional Cafetalero, 2013), caracterizados la mayoría de ellos por localizarse en zonas de difícil acceso, por tener profundos rezagos en infraestructura básica y fuerte presencia de población que vive en pobreza extrema, el 66% de los productores habla al menos una lengua indígena. La producción del país se concentra en los estados de Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca, que representan el 94% de la producción, el 85% de la superficie y 83% del número de productores. De la producción total, el 85% son granos arábigos procesados con beneficio húmedo, 12% son arábigos naturales (secados al sol) y el restante 3% corresponde a la variedad robusta.

Figura 3.1 Distribución geográfica de la producción de café en México.



Fuente: Elaborado con datos del SIAP 2014.

Las condiciones agroecológicas donde se cultiva café son propicias para la producción de cafés de calidad. Al respecto, el 35% de la superficie de café está sembrada a una altitud superior a los 900 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.) donde se producen cafés de altura y

estrictamente altura, el 43.5% se encuentra a una altura entre los 600 y 900 m.s.n.m., con potencial para producir café con calidad de exportación prima lavado y el restante 21.5% de la superficie se encuentra por debajo de los 600 m.s.n.m., donde generalmente se producen cafés de calidades inferiores (SPC, 2013).

Una vez terminado este capítulo donde se expuso de forma general el origen, dispersión, producción y mercado internacional del café, además de la situación que atraviesa el sector cafetalero a nivel nacional, se continuará en la siguiente sección con una descripción del estado de Puebla, así como del municipio de Xicotepec de Juárez, Puebla, lugar donde se llevará a cabo esta investigación.

3.4 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ BRASIL-MÉXICO

Brasil y México son países calificados actualmente como países emergentes, lo cual identifica a los países en desarrollo que tienen un grado de progreso por arriba de la media de este grupo. Estos países representan las dos economías más grandes de América Latina, en ese orden (Flores, et al 2011).

Estas posiciones se relacionan con otras características que revelan porque se ubican en tales puestos, pero también la complejidad y los contrastes en ambos países:

- Son el primero y segundo país más poblados en el subcontinente latinoamericano, con una población estimada para 2010 en poco más de 193 millones de personas en Brasil (IBGE, 2010) y 111.7 millones de personas en México (CONAPO, 2010). Brasil es el país más extenso de Latinoamérica con 8.51 millones de Km² (IBGE, 2010) y México ocupa el tercer puesto con 1.96 millones de Km² (INEGI, 2010).
- De acuerdo con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, estos países se encuentran entre los 17 calificados como megadiversos. En esta clasificación participan principalmente quienes poseen riqueza en variedades de especies animales y vegetales, hábitats y ecosistemas. En estos países se concentra hasta un 70% de la diversidad biológica del planeta (UNEP, 2005).

- Así como son las mayores economías de esta región Latinoamericana, los dos países en cuestión, comparten el estigma de estar entre los que prevalecen los mayores grados de desigualdad social. Medida a través del Índice de Gini del ingreso per cápita del hogar, en Brasil es donde se observa la mayor desigualdad (56) y México le sigue a poca distancia (PNUD, 2010).
- De acuerdo con los registros del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, el Índice de Desarrollo Humano que corresponde a México lo coloca en una mejor posición respecto a Brasil, en tanto que este indicador en el año 2000 para el primer país era 0.825 y lo colocaba en el lugar 43; mientras que para el segundo este indicador era 0.790 y lo colocaba en el lugar 54 del ranking mundial. Para 2007 México había mejorado este indicador a 0.854 y Brasil había hecho lo propio subiendo a 0.813. No obstante lo anterior, otros países de la región como Chile y Uruguay habían alcanzado posiciones superiores en este rubro (PNUD, 2010).
- Con respecto a la agricultura uno de los principales cultivos para la economía de estos dos países es la producción y comercialización de café. Brasil, es el mayor productor y exportador del aromático, y el segundo mayor consumidor. Por otro lado México ocupa el quinto lugar a nivel mundial como productor y se posiciona en el décimo lugar como exportador.

Más allá de comparar las características generales de estos países, el propósito del presente análisis es caracterizar específicamente la producción y comercialización del café, y describir las fortalezas y debilidades que presenta México, específicamente en el municipio de Xicotepec, Puebla en comparación con Brasil. De esta manera reconocer si se poseen elementos y variables importantes que puedan potenciar al sector cafetalero de la región.

El aromático en Brasil es cultivado en once estados federados brasileños y en 1,850 municipios. Se estima que dicho sector genera 8,4 millones de empleos directos e indirectos. Con respecto a la dispersión espacial de la producción cafetalera, hay un elevado grado de concentración de la producción nacional en los estados del sureste brasileño, siendo que los mayores productores son Minas Gerais (49%), Espírito Santo (29%), São Paulo (9%), Bahía (7%) y Paraná (6%) (Sacco, 2011). Actualmente en México se cultiva café en 12 estados de

México y 398 municipios caracterizados la mayoría de ellos por localizarse en zonas de difícil acceso, por tener profundos rezagos en infraestructura básica y fuerte presencia de población que vive en pobreza extrema, el 66% de los productores habla al menos una lengua indígena. El cultivo de este grano genera alrededor de 3 millones de empleos directos e indirectos. La producción del país se concentra en los estados de Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca, que representan el 94% de la producción, el 85% de la superficie y 83% del número de productores.

La distribución de las especies de café cultivado en Brasil, es como sigue, el café arábica representa el 76,3% de la producción nacional, el robusta responde por 23,7%. Tradicionalmente son los pequeños productores los que se dedican al cultivo de la arábica en regiones de altiplano para la obtención de un producto de mayor calidad y diferenciación. El café robusta es normalmente cultivado en regiones recientemente incorporadas en estados como Espírito Santo y Bahía y en grandes explotaciones mecanizadas y bajo sistemas de riego. Sin embargo, en los últimos años la distribución está cada vez menos acentuada; el café arábica se expandió hacia grandes extensiones del *Cerrado brasileiro*, bajo sistemas más sofisticados de producción y calidad, y el robusta comienza a ser cultivado en explotaciones familiares en zonas de escasa altitud y clima más cálido (Mundo agrario, 2011).

En lo que a México concierne de la producción total, el 85% son granos arábigos procesados con beneficio húmedo, 12% son arábigos naturales (secados al sol) y el restante 3% corresponde a la variedad robusta (Padrón Nacional Cafetalero, 2013).

Otra característica que debe ser subrayada sobre la caficultura en Brasil tiene que ver con la regionalización de los sistemas de producción. La región del *Cerrado* (altiplano central) representa la zona de expansión más reciente de la caficultura, fue introducida en el año 1969 tras la erradicación de los cafetos del norte de Paraná provocada por las frecuentes heladas. El *Cerrado*, es una de las pocas regiones del mundo donde se pueden producir cafés naturales, o sea, cafés secados con la cáscara o al natural. Esta zona cuenta con un clima idóneo para la caficultura y la producción se desarrolla en grandes explotaciones que disponen de áreas planas que favorecen la mecanización de los procesos productivos (Ortega, 2008).

Por otra parte en México el sistema de producción predominante es de baja tecnificación e intensivo en el uso de mano de obra. Por ello, el principal costo de producción es el pago de

jornales para realizar labores culturales y cosecha que en algunas unidades productivas llega a representar hasta el 93% del costo total de producción (Sistema Producto Café, 2013).

Los datos más recientes ofrecidos por DEPEC (2009) indican que el 63% de la producción brasileña es exportada, siendo que el 88% es bajo la forma de café verde (en grano) y 12% bajo la forma de café soluble. Del café verde exportado el 87% es café Arábica y el 3% de café Robusta. Respecto al destino de las exportaciones, Alemania (20,1%) representa el principal destino de las exportaciones Brasileñas, seguida de Estados Unidos (18,2%), Italia (10,2%) y Japón (7,4%). Bajo la condición de “otros destinos” (21,9%) se incluye los demás países, pese a que la pauta exportadora brasileña es diversificada en cuanto a los países a que se exporta. Las exportaciones de México están compuestas de la siguiente manera, el 76% fue café verde, el 23% café soluble y el 1% café tostado y molido. Se exporta a 65 países de los cinco continentes, siendo EE.UU, Bélgica y Alemania, Canadá y Puerto Rico los principales clientes (NUESTRO CAFÉ, 2013).

Las condiciones agroecológicas de México donde se cultiva café son propicias para la producción de cafés de calidad. Al respecto, el 35% de la superficie de café está sembrada a una altitud superior a los 900 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.) donde se producen cafés de altura y estrictamente altura, el 43.5% se encuentra a una altura entre los 600 y 900 m.s.n.m., con potencial para producir café con calidad de exportación prima lavado y el restante 21.5% de la superficie se encuentra por debajo de los 600 m.s.n.m., donde generalmente se producen cafés de calidades inferiores (SPC, 2013).

Tabla 3.2 Indicadores de producción de café verde México vs Brasil.

	Brasil	México
Total de la producción ciclo 2011/2012 (miles de sacos de 60 kg)	43,484	4,563
Exportaciones ciclo 2011/2012 (miles de sacos de 60 kg)	28,333	3,556
Superficie cultivada (Miles de hectáreas)	2.256	769
Rendimiento (Kg/ha)	1.48	1.88
Consumo per cápita (kg/año)	6.23	1.2

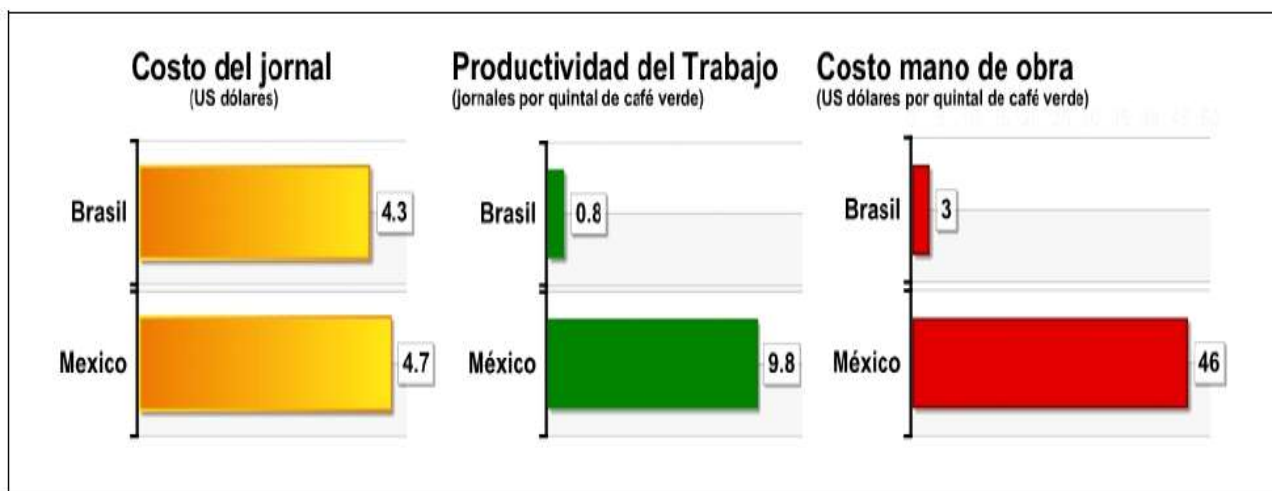
Fuete: OIC, SIAP, SAGARPA, ABIC, 2014.

Como se muestra en la tabla anterior las diferencias estadísticas en la producción de café verde entre Brasil y México son muy marcadas, en primer lugar Brasil produce 43, 484,000 de sacos, 5 veces más que México, su consumo per cápita es de 6.23, 5 veces más alto, sus exportaciones son alrededor de 28,333, 000, 8 veces más y su superficie cultivada difiere 3 veces más que la de México.

Por otra parte los dos países cafeticultores producen las mismas especies, tanto la arábica como la robusta, así como también tienen similitud en el método de elaboración que es a través de vía seca y vía húmeda, por último coinciden en que uno de sus principales importadores del grano es Estados Unidos. Es conveniente destacar que Brasil tiene grandes ventajas en la producción y comercialización del grano, un ejemplo claro de ello es el grado de mecanización que se utiliza y las grandes áreas cultivadas, lo cual reduce los costos en mano de obra, por el contrario en México debido al atraso en sistemas de mecanización la mano de obra ocupa más del 90% de los costos en la producción de café.

Por otra parte, al comparar la productividad de la mano de obra utilizada en la caficultura, México se encuentra muy rezagado con respecto a Brasil (ver Figura 5.2).

Figura 3.2 Costos y productividad de la mano de obra México vs Brasil.



Fuente: Technoserve y encuesta de FAO a beneficiarios del Fondo de Estabilización del Café 2002/2003,

De acuerdo a AMECAFE (2014), el aromático mexicano es muy superior al cultivado en Brasil, el sabor marca la diferencia, además de que cuando Brasil tiene problemas de sequía la calidad

del café disminuye, se cosecha un grano de menor tamaño por falta del vital líquido, lo que le da a México una ventaja competitiva.

A pesar de las desventajas que presenta México frente a Brasil, México tiene grandes posibilidades de fortalecer este sector, empezando por incrementar la demanda interna del país; Argüello (2014) resalta que, para lograr avanzar hacia el incremento en el consumo, es necesario apoyar a toda la cadena productiva, empezando por el primer eslabón que son los cafecultores.

México tiene una importante oportunidad de mercado, con lo que podrá impulsar su participación en los mercados mundiales del café. México es el líder mundial en la producción de café orgánico y de sombra, con aproximadamente 20.5 por ciento del mercado mundial total del café orgánico. Si México capitaliza estas tendencias de consumo, tendrá oportunidad de aumentar su participación en las exportaciones de café, mejorar su reputación internacional como productor y exportador de café de calidad y al mismo tiempo contribuirá a salvaguardar su medio ambiente. En México se percibe ausencia de inversión a gran escala en métodos de producción modernos e intensivos, como el uso intensivo de cafés híbridos, que pueden cultivarse directamente al sol. A su vez, producción moderna de café usualmente significa recurrir a plaguicidas y otros insumos químicos, tala de selva o de terrenos arbolados, introducción del monocultivo y la canalización de inversiones a gran escala, comúnmente mucho más allá de las capacidades de las comunidades locales (Comisión para la Cooperación Ambiental, 2014).

3.5 TENDENCIAS DEL CONSUMO DEL CAFÉ

El café es la bebida más consumida en los países desarrollados, principalmente en Europa y Estados Unidos. Por término medio, a nivel mundial una persona consume 1,3 kilogramos de café. Los que más café consumen son los finlandeses (12 kilogramos por persona al año), seguidos de los noruegos (casi 10 kg por persona), los suecos (8,4 kg) y los holandeses (8,2), en Italia, a pesar de la fama de esta bebida caliente, se consumen solo 5,9 kg por persona al año, algo menos que en Alemania (6,4 kg). España ocupa el puesto 19 en el ranking mundial, con un consumo de 4,5 kilogramos de café por persona cada doce meses. En el puesto 20 se sitúa Estados Unidos (4,1 kilogramos por persona). De los países productores de café, el que

más consume es Brasil (5,6 kilogramos). Aunque México es uno de los principales productores de café del mundo, el consumo per cápita es extraordinariamente bajo, de 1,2 kg (OIC, 2014).

El gusto del café continúa, aunque, todo aquello que rodea el acto de beberlo se ha ido transformando, adaptándose a la actividad del ser humano. La NCA (The National Coffee Association of USA), en su estudio de tendencias de consumo en Estados Unidos evidencia que la categoría de café en general sigue creciendo, y el segmento de café especial o gourmet continúa evolucionando constantemente como respuesta al cambio de las expectativas y preferencias de los consumidores. A pesar de la crisis económica los consumidores continúan demandando productos de calidad tanto dentro como por fuera del hogar. Asimismo, los coffee houses (tiendas de café especializadas) y el crecimiento de las comunidades de baristas siguen marcando las pautas de tendencia en el consumo, siendo las bebidas a base de espresso las más representativas en los sub-tipos de productos gourmet. El aumento en el consumo del Café Gourmet en el mercado, a pesar de la incertidumbre en el ambiente económico actual, confirma que los consumidores de café desean mantener la calidad de la bebida, así esto signifique disminuir sus gastos en otras áreas de la canasta familiar (The National Coffee Association of USA, 2011).

Durante mucho tiempo el mercado norteamericano estuvo estancado en términos de crecimiento, o registraba muy poco, y se ve ahora un aumento del consumo de 2,5% en Estados Unidos y de 3,1% en Canadá. El aumento en esta región se concentra en la variedad arábica, de mejor calidad que la robusta, la más consumida del mundo. Es el cuarto año seguido de crecimiento después de la caída por la crisis mundial. El consumo depende de los ingresos disponibles, es el factor clave en el consumo, así que las cifras de crecimiento de 2015 dependerán del ambiente económico, pero al menos serán de 2% (Galindo, 2014).

Los grupos generacionales que más consumen café son los adultos (40-59 años) y adultos mayores (60+ años), con 63% y 65% respectivamente. Y aunque los jóvenes de entre 18 y 24 años, siguen siendo el grupo generacional que menos consume café (51%), el consumo en este grupo creció de forma acelerada entre 2013 y 2014 (10%), lo que no sucedió en el resto de rangos de edades. El promedio de consumo de los jóvenes de entre 18 y 24 años pasó de 2,3 tazas al día a 3,3. Entre más jóvenes son los consumidores, más tienden a preferir las bebidas a base de espresso (capuchino, espresso, moca, latte, macchiato y americano) y bebidas de

café gourmet (tradicionales con granos tipo premium, a base de espresso, heladas y listas para consumir) sobre los cafés tradicionales. Las generaciones más jóvenes, cada vez más involucradas en el consumo de café, también están optando por métodos de preparación alternos o más sofisticados. Debido a todo ello, el consumo de bebidas de café gourmet y a base de espresso está creciendo aceleradamente (en 2014 por primera vez el consumo de café gourmet superó el de café regular), así como el uso de máquinas de preparación por monodosis y de espresso. En cuanto a ocasiones de consumo, las personas de 60 años o más prefieren consumir café en casa, las de entre 18 y 39 años son más propensas a consumir café fuera de casa y las de entre 25 y 40 años son más propensas a consumirlo en el trabajo (NCDT-NCA, 2014).

Desde hace un siglo, México es un importante consumidor de café. Sin embargo, la tendencia del mercado ha cambiado con el paso de los años. Antes sólo se consumía café soluble, pero hoy la moda es el café gourmet. El café soluble es preferido por el 50 por ciento de los mexicanos, según Christophe Stern, el jefe de Unidad de Negocios de Café de Nestlé. Sin embargo, la expansión marcas como Starbucks, Cielito Querido, Café Punta del Cielo y Finca Santa Veracruz, entre otras, ha fomentado el consumo de café de grano y un mayor entendimiento de la gran variedad de mezclas y modos de preparación de esta bebida. Las barras de café aún no son un tema masivo, pero la tendencia apunta al regreso del café de especialidad, y a todos los métodos de extracción que ahora se usan para sacar sus mejores atributos. La barra de café Gourmet está de vuelta y con un nuevo giro que convertirá al preparado de la bebida en una extensión más para definir la cultura mexicana (Rodríguez, 2014).

Las ventas de café en México se dividen entre los canales de retail, institucional y foodservice; el canal retail es el predominante, más del 70% de las ventas de café en México se hacen a través de este canal, el tipo de café más común dentro de este canal es el soluble. Por otra parte el canal foodservice es más dinámico, está creciendo debido al surgimiento de nuevas cafeterías y el cambio del concepto del café en México en términos de salud y calidad del grano, finalmente el institucional está perdiendo importancia, muchas veces se confunde con el canal foodservice. La entrada al mercado de nuevas cafeterías en los últimos diez años ha revolucionado el consumo de café atrayendo a la población más joven, sobre todo los de clases media y alta que antes no solían consumir café (Euromonitor Internacional, 2012).

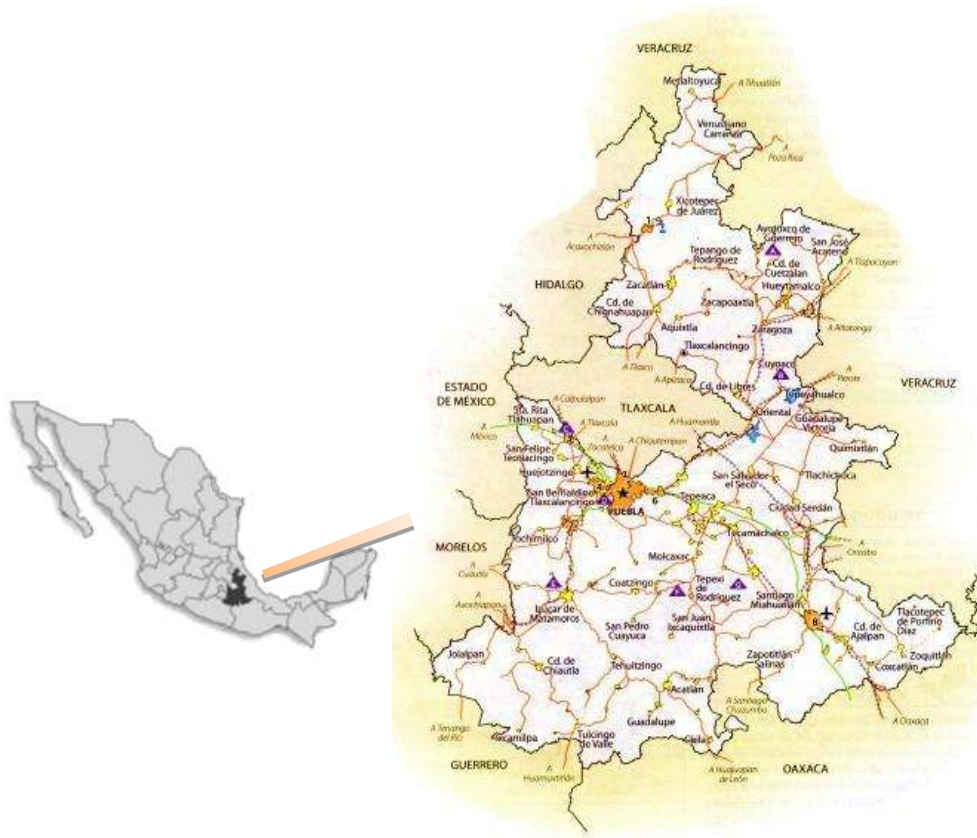
CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL ESTADO Y LA REGIÓN DE ESTUDIO

4.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTADO DE PUEBLA

Ubicación

Puebla se localiza en el centro oriente del territorio mexicano. Colinda al este con el estado de Veracruz, al poniente con los estados de Hidalgo, México, Tlaxcala y Morelos y al sur con los estados de Oaxaca y Guerrero. Puebla no tiene salida al mar y presenta un relieve sumamente accidentado. Su superficie es de 34.309 km², en la cual viven más de cinco millones de personas, que convierten a este estado en el quinto más poblado del país. La capital del estado es Puebla de Zaragoza, la cuarta ciudad mexicana por el número de sus habitantes (INGEGI. Información por entidad, 2014).

Figura 4.1 Ubicación de estado de Puebla.



Fuente: CONAGUA, 2014.

Reseña histórica

En el territorio que comprende el actual estado mexicano de Puebla, se han encontrado rastros de tribus nómadas que existieron en el año 10,000 a.c. Con el desarrollo de la civilización humana, el descubrimiento de la agricultura, el sedentarismo, el comercio, los sistemas de irrigación, la construcción de templos y ciudades, se consolidaron grupos de fuerte identidad cultural que habitaron en distintas zonas del estado. Así, en el norte, habitaron Totonacos, Mazatecos y Otomíes; en Cholula se asentaron los toltecas; en el centro, vivieron indios nahuas y olmecas; y en Tepexi, Acatlán y Chiautla, dominaron los mixtecos (Explorando México, 2013).

Por el siglo XIV, el conquistador Nonoalca, Xelhua, “El Partido”, se apoderó de casi todo el territorio; en el siglo XV, la Hueytlatocáyotl, Gran Alianza de Guerra, somete a todas las poblaciones; la parte central y sur la controló México-Tenochtitlan, y la norte, Texcoco, dominio que duró hasta la llegada de los conquistadores. Hernán Cortés, después de vencer a los Tlaxcaltecas, se alía con el señorío de Huejotzingo y comete un genocidio en Cholula; entra a Tenochtitlan y sale derrotado, en 30 de Julio de 1520. Organiza a sus tropas que los aliados refuerzan decisivamente, a ellos se debe la caída de Tepeaca (Villa de Segura de la frontera el 4 de Septiembre de 1520). Huaquechula e Itzacan, señorío que al ser vencidos se unieron al conquistador, porque esa era la costumbre prevaleciente entre los nahuas, favorecieron a los españoles para derrotar a la capital del Imperio Mexica el 13 de agosto de 1521 (INAFED, 2013).

Se establece la esclavitud, se marca con un hierro candente, en la mejilla, la letra "G", tanto a hombres como a mujeres; se hacen repartos de tierra y aborígenes. La conquista espiritual, castellanización y evangelización, la iniciaron los frailes franciscanos desde el año de 1524, fecha en que fundaron el convento de Huejotzingo; de 1540 a 1560, los de Tecamachalco, Quecholac, Tecali, Calpan, Cuautinchán, Zacatlán, Cholula, Huaquechula, Tepeaca, Tehuacán, Xalpa, Coatepec, y otros. Los agustinos construyeron conventos en Chiautla, Chietla, Huatlatlauca, Tlapa, Chilapa, Xicotepec, Ilatlán, Papalotlicpac y Tututepec. Los dominios de Izúcar, Tepapayeca, Huehuetlán, Tepexi, Huajuapán y Tezoatlán (Puebla, 2013).

Carlos García Arriaga fue el primer gobernador del estado, en 1821. El 18 de marzo de 1824 se instala el Congreso Constituyente del Estado Libre y Soberano de la Puebla de los Ángeles,

reconoce a 21 partidos, en los que se incluyen a Ometepec y a Tlapa. Se jura la Constitución Federal el 17 de Octubre de 1824 y la Constitución Política del Estado el 18 de diciembre de 1825 (Decreto del 7 de diciembre de 1825). El 12 de diciembre de 1827, el Congreso del Estado, decreta la expulsión de los españoles. En 1849, figuran ocho departamentos y 162 municipalidades; en el año de 1895 había 21 distritos y 180 municipalidades (Ibídem, 2013).

Durante la lucha de independencia en 1810, las tropas al mando del Generalísimo José María Morelos, toman gran parte del estado a pesar de las defensas realistas organizadas en la ciudad de Puebla. Con la consumación de la lucha, el estado comienza su camino hacia el desarrollo económico con la instalación de la industria textil mecanizada. La celebración del Congreso de la Unión en 1824, aprueba la creación del Estado soberano e independiente de Puebla de los Ángeles (Explorando México, 2013).

En 1847 los imperialistas norteamericanos al frente del general Scott, se apoderan de la ciudad sin haberse disparado un tiro. Frecuentemente los hostilizaba el General Joaquín Rea, pero no logró desalojarlos. El 22 de septiembre Santa Anna los sitió pero a los 20 días desistió de su intento. Al firmarse los Tratados de Guadalupe, por los que México pierde 2,000,000 de kilómetros cuadrados, los invasores se retiran de México y de Puebla en el año de 1848 (Jiménez, 2010).

Pero los poblanos no serían libres por mucho tiempo, ya que en mayo de 1862, las tropas francesas ingresaron a su territorio a través de San Agustín del Palmar. El avance de los europeos requirió la respuesta de los federalistas mexicanos que lucharon hombro con hombro contra el enemigo, hasta lograr una victoria temporal de la República. A pesar de esto, en 1864 y de camino hacia la capital del país, entró triunfante el emperador Maximiliano de Habsburgo a la ciudad de Puebla. Destacan por su valerosa participación en esta lucha, los republicanos poblanos de la sierra norte, Juan Nepomuceno Méndez, Juan Crisóstomo Bonilla y Juan Francisco Lucas (Explorando México, 2013).

A comienzos del siglo XX, en Puebla, al igual que en muchos estados industrializados del país, las condiciones sociales estaban dadas para el estallido de la Revolución Mexicana. Los obreros exigían mejores condiciones laborales y salarios más justos. Durante la dictadura de Porfirio Díaz, los primeros poblanos que destacaron por su participación en la defensa de la

causa antirreeleccionista fue la familia de Aquiles Serdán. En 1910, una vez comenzada la revuelta, el ejército insurgente zapatista luchó y tomó el control de gran parte del estado (Puebla, 2013).

EL estado de Puebla ha visto nacer a varios presidentes mexicanos entre ellos, Ignacio Comonfort, quien gobernó un mes y medio antes del golpe de estado promulgado con el Plan de Tacubaya; Manuel Ávila Camacho, quien toma posesión de la Presidencia de México en 1940, durante su gobierno México envió a un escuadrón al luchar en la Segunda Guerra Mundial del lado de los aliados. Finalmente en 1964, Gustavo Díaz Ordaz toma posesión y se dedica a defender la postura pacifista y de resolución de conflictos del pueblo mexicano ante el mundo, a pesar de que en el interior del país fue el responsable de la matanza estudiantil de la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, un 2 de octubre de 1968. Su afán por reprimir las huelgas estudiantiles respondía a la inminente celebración de los XIX Juegos Olímpicos del mundo a realizarse ese mismo año en la ciudad de México (Explorando México, 2013).

Actualmente Puebla es un centro urbano-industrial que presenta un crecimiento acelerado tendiente a integrarse a la megalópolis formada por la zona metropolitana de la ciudad de México y por los estados de México, Querétaro, Hidalgo y Morelos (Puebla, 2013).

Datos estadísticos

Cuadro 4.1 Datos estadísticos del estado de Puebla.

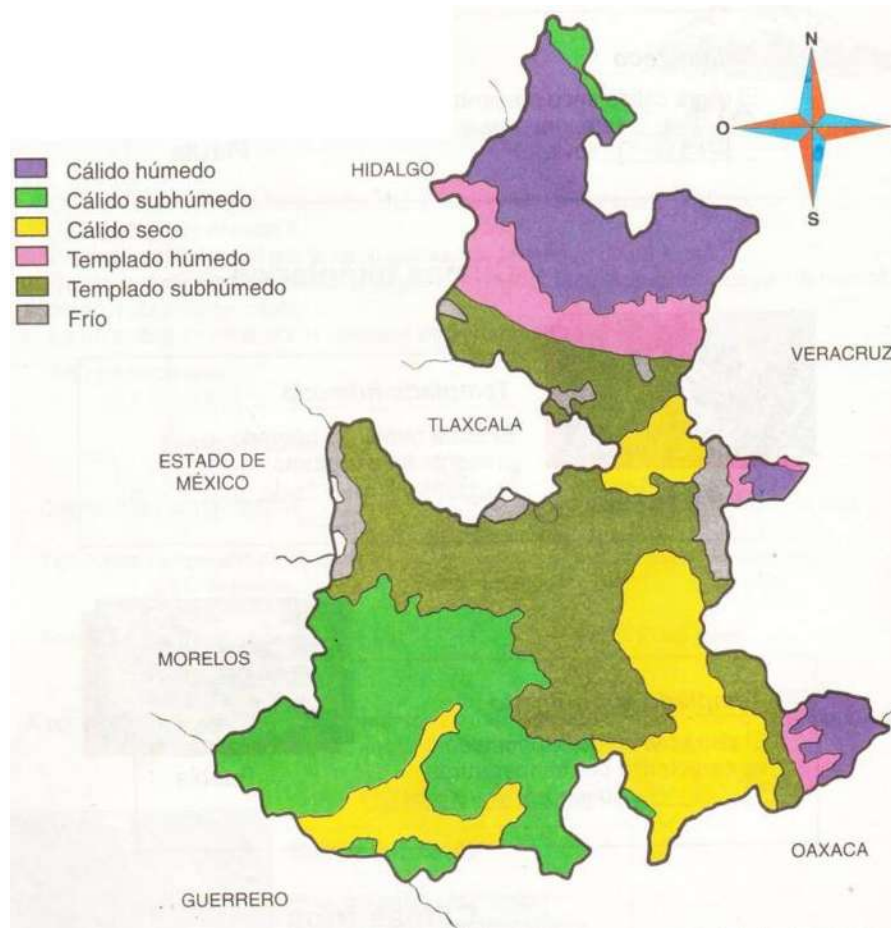
Capital	Puebla de Zaragoza
Municipios	217
Superficie	34,309 km ²
Porcentaje Territorial	1.7 del territorio nacional
Población	5,779,829 habitantes, el 5.1% del total del país
Distribución de la población	72% urbana y 28%rural
Escolaridad	8.0 (segundo año de secundaria)
Habitantes de lengua indígena de 5 años y más:	11 de cada 100 personas
Sector de actividad que más aporta al PIB estatal	Industrias manufactureras (maquinaria y equipo).
Aportación al PIB nacional	3.3%

Fuente: INEGI. Panorama Sociodemográfico de México, 2014.

Clima

El 35% de la superficie del estado presenta clima templado subhúmedo presente en la región central y sureste el 25% presenta clima cálido subhúmedo en la parte norte y sureste, el 19% presenta clima seco y semiseco hacia el sur y centro oeste, el 14% presenta clima cálido húmedo localiza en el norte y sureste, el 7% presenta clima templado húmedo en la región norte y una pequeña área hacia el sureste, también encontramos un pequeño porcentaje (0.2) de clima frío en la cumbre de los volcanes. La temperatura media anual del estado es de 17.5°C, la temperatura máxima promedio es de 28.5°C y se presenta en los meses de abril y mayo, la temperatura mínima promedio es de 6.5°C durante el mes de enero. La precipitación media estatal es de 1 270 mm anuales, las lluvias se presentan en verano en los meses de junio a octubre (INEGI. Información por entidad, 2014).

Figura 4.2 Climas del estado de Puebla.

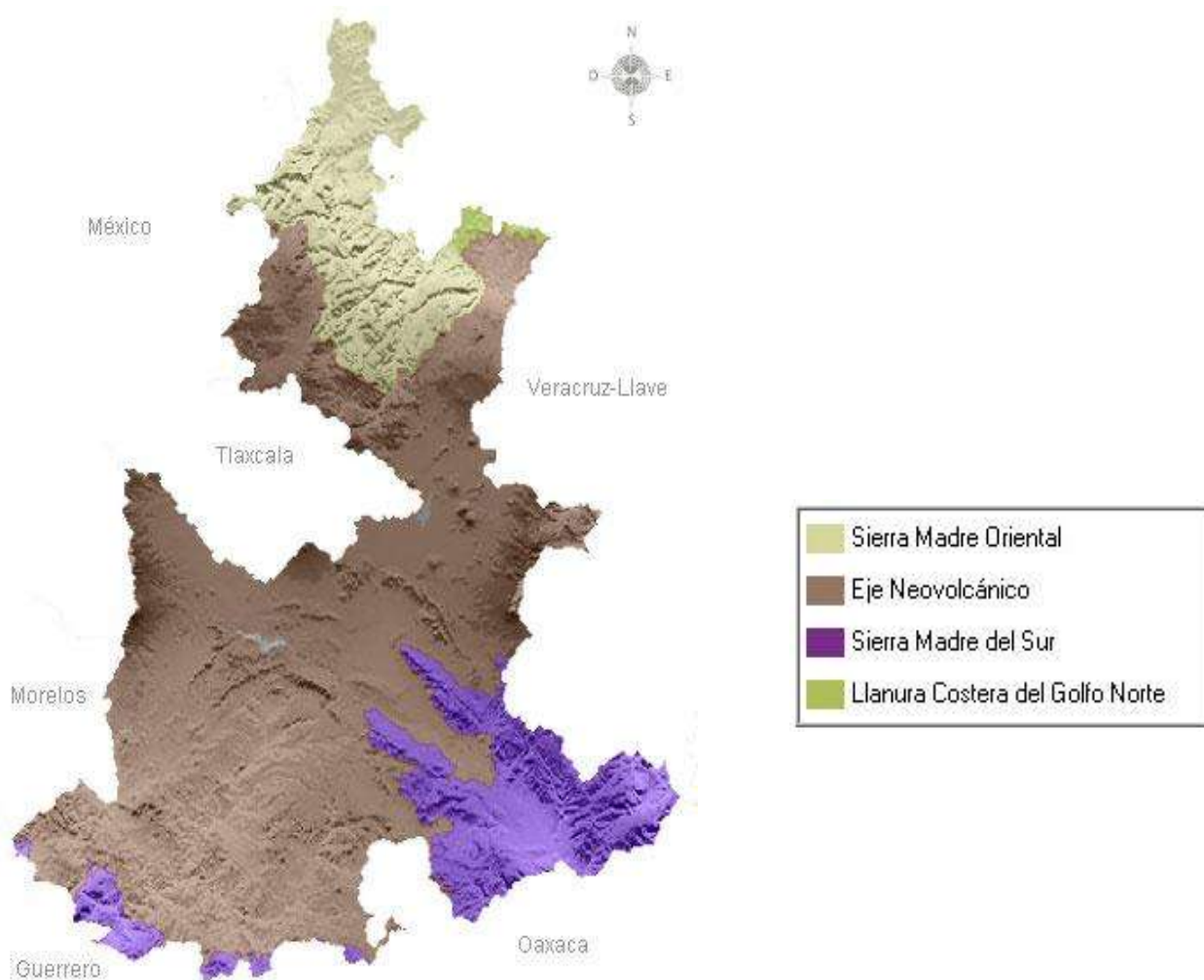


Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Nacional, 2014.

Relieve

La superficie estatal forma parte de las provincias: Sierra Madre del Sur, Eje Neovolcánico, Sierra Madre Oriental y Llanura Costera del Golfo Norte. En el suroccidente hay sierras, en su mayoría conformadas por rocas de tipo metamórfico (han sufrido cambios por la presión y altas temperaturas) y sedimentario (se forman en las playas, los ríos, océanos y en donde se acumulen la arena y barro), ahí se encuentra el cerro Tecorral con una altitud de 2 060 metros sobre el nivel del mar (msnm) y un cañón por donde fluyen las aguas del río Atoyac. En el centro predominan llanuras y lomeríos que separan a sierras en dirección noroeste-sureste con altitudes de 4 580 msnm como la Sierra Negra y cerro Zizintépetl con 3 260 msnm, en esta zona también se localiza la altura más baja con 100 m, en el cañón que ha desarrollado el Río Tonto. Hacia el norte hay llanuras y lomeríos con los volcanes Popocatepetl, Malinche y Pico de Orizaba o Citlaltépetl, este último con una altitud de 5 610 msnm. Existe la presencia de la depresión (zona que se encuentra en un nivel más bajo que la mayor parte de la tierra que la rodea) Teziutlán y en la parte norte se localizan valles (INEGI. Anuario Estadístico del estado de Puebla., 2014).

Figura 4.3 Relieve del estado de Puebla



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Nacional, 2014.

Flora

Predominan los bosques de coníferas y encinos y las selvas de diferentes tipos; matorrales en el norte, sur y sureste de la entidad, así como pastizales, bosques de montaña y bosques templados en la porción central. En las zonas altas de los volcanes se encuentra la pradera de alta montaña. La agricultura ocupa 45.2% de la superficie del estado (CONABIO, 2014).

Fauna

En el bosque de coníferas y encinos: falso escorpión, ranita verde, salamandra, lagartija de collar, culebras parda y de agua, codorniz, halcón, tecolote, tlalcoyote y musaraña. En la selva seca: tejón, mapache, zorrillo, coatí, venado cola blanca, gavilán, colibrí, gato montés y murciélago. En el matorral: zorra gris, lagarto de Gila, pájaro carpintero, aguililla, víbora de cascabel y búho. Animal en peligro de extinción: guacamaya (CONABIO, 2014).

Agua

El agua natural en Puebla puede hallarse en estado sólido, es decir, como hielo, en las cimas de sus altas montañas, o en estado líquido, en nacimientos de agua, ríos, arroyos, lagos y pozos. Los ríos de mayor importancia son, en el sur, Atoyac (el más largo y protegido), Nexapa, y Mixteco (en los tres habitan abundantes peces que sólo existen en Puebla), cuyas aguas junto con las de los ríos Tlapaneco, Grande de Amacuzac, Mezcala y Balsas, desembocan en el océano Pacífico. Al sureste se encuentran los ríos Ajajalpa, Acatlan, Zapoteco, Calapa, Coyolapa y Tehuacán, que al igual que los ríos Papaloapan y Jamapa fluyen hasta descargar sus aguas en el Golfo de México. Al norte se localizan los ríos Tecolutla, Cazones, Tuxpan y Nautla, que atraviesan Veracruz al igual que los ríos Pantepec, San Marcos, Necaxa, Ajalpa, Apulco, Salado, Zempoala, Chichiquila, para llevar su torrente hasta el Golfo de México (Bak y Curiel, 2012).

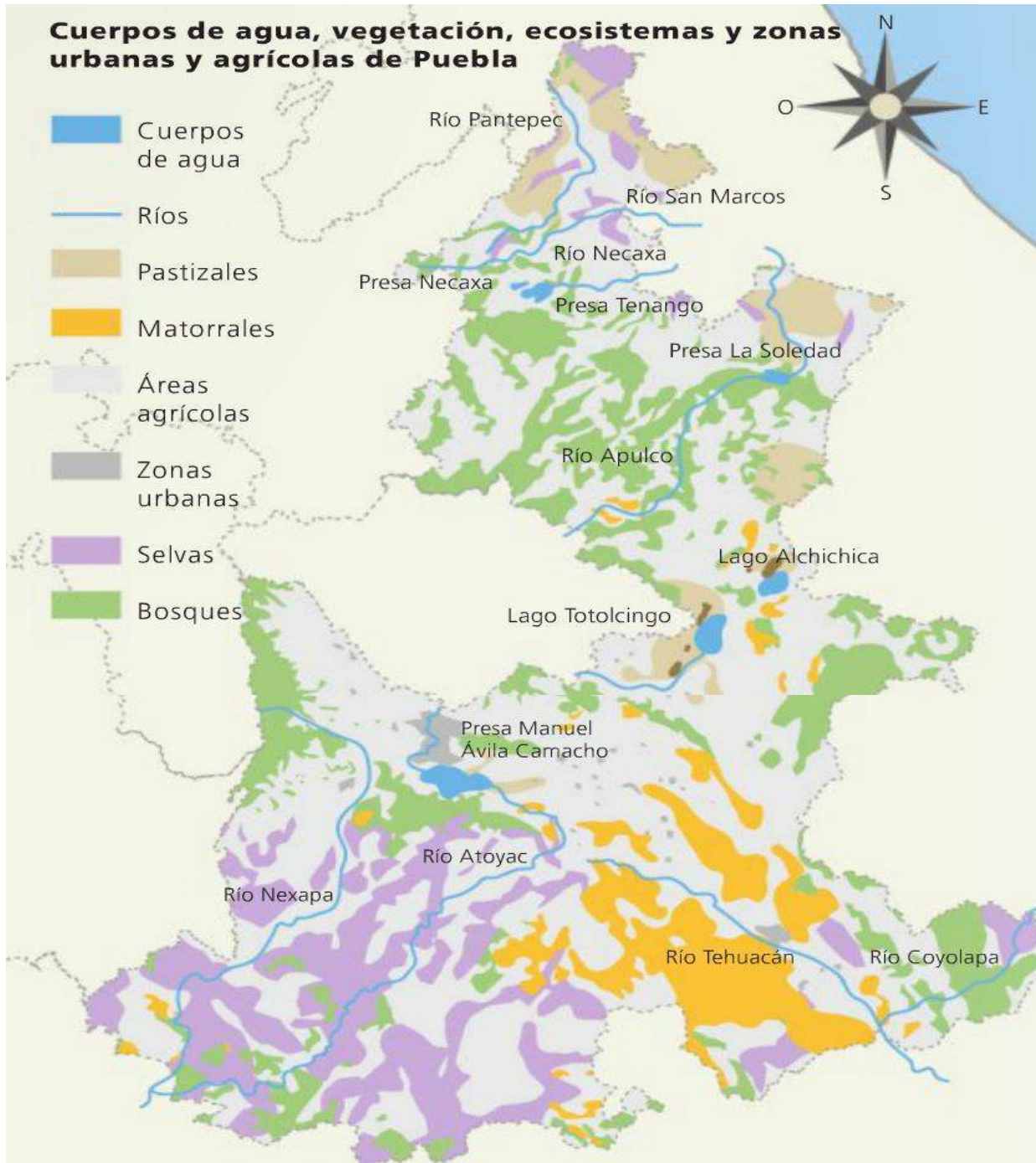
En los lagos Aljojuca, Quechulac, Las Minas, Alchichica y Almoloya se producen charales. Puebla también cuenta con muchas presas, como la Manuel Ávila Camacho (Valsequillo), Necaxa, La Laguna (El Tejocotal), Tenango, Nexapa, La soledad, Boqueroncito y Omiltepec, El Salado, Totolcingo, Grande, Chica y Ajojotla. Y tiene nacimientos de aguas termales que alcanzan temperaturas tan altas que van de 36° C a 90° C, como en los manantiales de los Humeros, Chignahuapan e Izúcar de Matamoros (Bak y Curiel, 2012).

Tipos de suelo

Los tipos de suelos más comunes en Puebla son los suelos jóvenes, conformados de materiales volcánicos, en los valles centrales, y material orgánico aportado por la vegetación,

ubicados en las sierras Madre Oriental y Madre del Sur. En menor proporción están los suelos maduros producto de la evolución de millones de años, los suelos formados por los aportes de los ríos, y los suelos con alta cantidad de calcio y otros minerales y sales (Bak y Curiel, 2012).

Figura 4.4 Cuerpos de agua, vegetación, ecosistemas y zonas urbanas y agrícolas de Puebla.



Fuente: Bak y Curiel, 2012.

Economía de Puebla

Cuadro 4.2 Actividades económicas del estado de Puebla.

SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	PORCENTAJE DE APORTACIÓN AL PIB ESTATAL (año 2009)
Actividades primarias	4.93
Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	4.93
Actividades secundarias	31.89
Minería	1.03
Construcción y Electricidad, agua y gas	5.72
Industrias manufactureras	25.14
Actividades terciarias	63.18
Comercio, restaurantes y hoteles (Comercio, Servicios de alojamiento temporal y de Preparación de alimentos y bebidas).	16.77
Transportes e Información en medios masivos (Transportes, correos y almacenamiento)	11.17
Servicios financieros e inmobiliarios (Servicios financieros y de seguros, Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles)	15.89
Servicios educativos y médicos (Servicios educativos, Servicios de salud y de asistencia social)	9.82
Actividades del gobierno	3.32
Resto de los servicios (Servicios profesionales, científicos y técnicos, Dirección de corporativos y empresas, Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación, Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, y Otros servicios excepto actividades del Gobierno)	6.21
Total	100

Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México.
Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 2005-2009.

Unidades económicas y personal ocupado

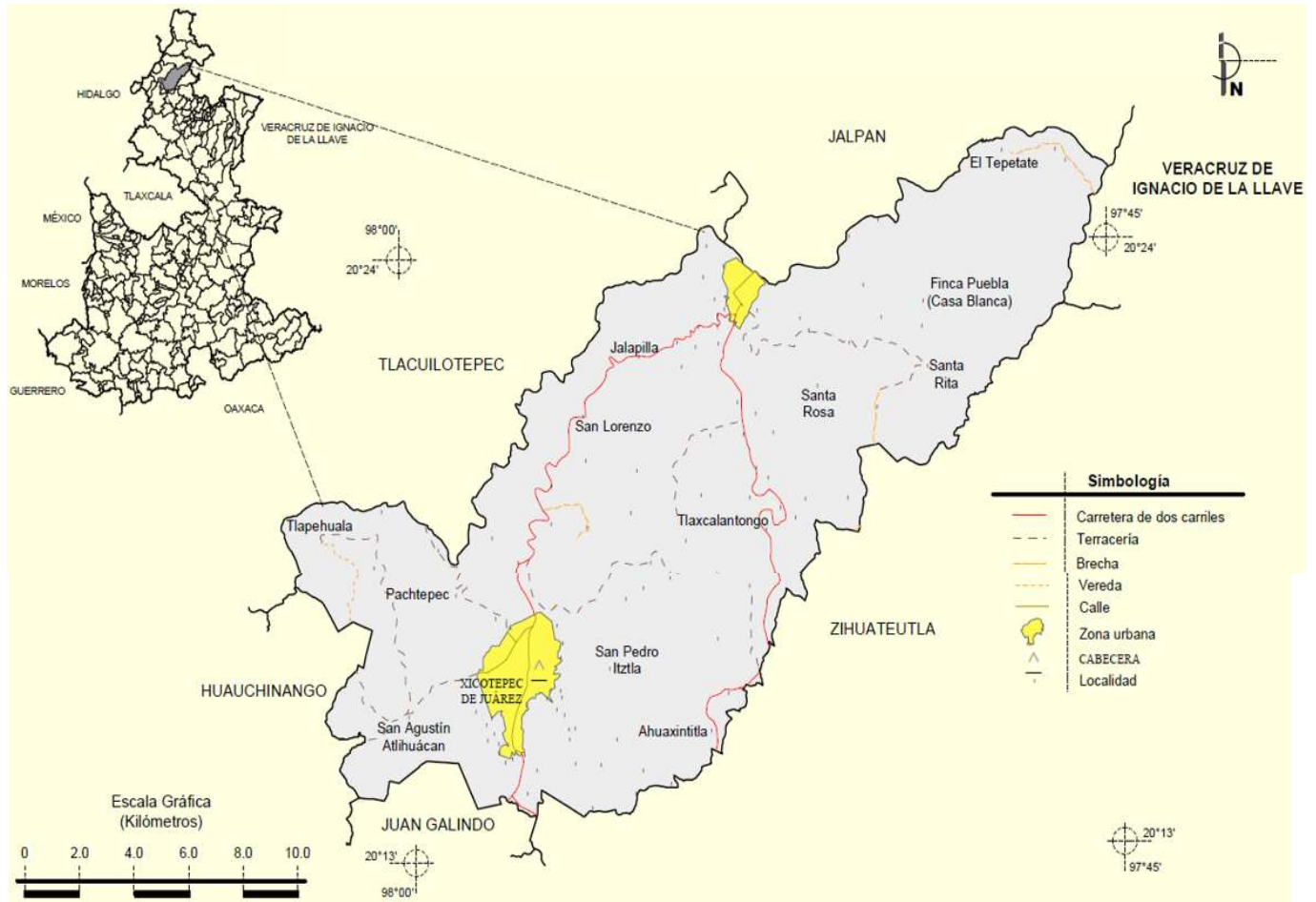
El estado de Puebla cuenta con 215 288 unidades económicas, el 5.8 % del país. Emplea 826 688 personas, el 4.1 % del personal ocupado de México. Del total del personal ocupado en la entidad, el 57% (474 408) son hombres y el 43% (352 280) son mujeres. En promedio, las remuneraciones que recibe cada trabajador al año en Puebla son de \$81 835, el promedio nacional es de \$99 114 (INEGI. Censos Económicos, 2009).

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA REGIÓN OBJETO DE ESTUDIO, (XICOTEPEC, PUEBLA)

Ubicación

El municipio de Xicotepec, se localiza en la parte Noroeste del estado de Puebla. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 20° 14' 18" y 20° 26' 12" de latitud norte y los meridianos 97° 45' 00" y 98° 03' 06" de longitud occidental. Sus colindancias son al norte con Jalpan, al sur con Juan Galindo y Zihuateutla, al oeste con Zihuateutla y al poniente con Tlacuilotepec (INAFED, 2014).

Figura 4.5 Ubicación del municipio de Xicotepec, Puebla.



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014.

Reseña histórica

El nombre de Xicotepec proviene de las radicales nahuas "xico", jicote, abejorro; "tepec", lugar; en conjunto significa "Lugar de Jicotes". La región fue ocupada por grupos otomíes, 300 años A.C. En el siglo V, D.C. florece la cultura totonaca procedente del Tajín (INAFED, 2014).

Huemac, soberano del Imperio Tolteca, en el año 1120, consuma la conquista de Xicotepec; cinco meses después, los chichimecas se apoderaron del lugar permaneciendo hasta 1162, fecha en que los totonacos de Metlatoyuca reconquistan el territorio. Por 1325 los acolhuas, guiados por Tlachotla, invaden Xicotepec. En 1432 Netzahualcóyotl, el Rey Poeta de Texcoco,

designó a Quetzalpatzin, Tlacatecutli de Xicotepec a quien le tributaban con plumas de aves. La deidad principal fue Xochipilli, Dios protector de las artes, inventor del hilado y del tejido. Como rasgo sobresaliente destaca el hecho de que Xicotepec fue el primero en usar la escala musical pentafónica en el Anáhuac. Los españoles fundan San José Xicotepec, el 1 de enero de 1570. Agustín de Villanueva dispuso que el Distrito comprendiera Tamiahua, Jalpan, Pahuatlán, Xicotepec. Cristóbal Maldonado, encomendero real, cobraba a 954 tributarios 8 ½ reales por fanega de maíz anuales a cada uno (Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México, 2013).

Fray Juan de Zumárraga impuso como santo patrono a San Juan Bautista, un 24 de junio. Los franciscanos dirigieron la construcción de la Capilla y la Parroquia. Se erigen también, en el siglo XVI, la Casa de Postas, Casa de Comercio, Aposento de Juan de Zumárraga y la Casa Real. Los agustinos llegaron en 1571, estableciéndose en el monasterio que erigieron (desaparecido), actualmente está la parroquia que terminaron los franciscanos el 24 de junio de 1772. Los dominicos estuvieron hasta 1795. Esta parroquia perteneció, desde sus inicios a la Diócesis de México, actualmente pertenece a la Diócesis de Tulancingo, Hidalgo (Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México, 2013).

En el siglo XVII, Carlos III, Rey de España, crea el Ducado de Atlixco, designado a uno de los Hernández de Valladares, Márquez de Moctezuma y Duque de Atlixco, que abarcaba Atlixco, Tepeaca, Huauchinango y Xicotepec. Asonada el 2 de marzo de 1829. Sus habitantes participaron en la lucha por la Independencia, y en contra del imperialismo francés, en ésta, figuran acciones de armas de Juan Galindo. Durante la Revolución Mexicana se formaron regimientos dirigidos por el General Lindoro Hernández, Tte. Corl. Valderrábano y Tte. Corl. Lazo de la Vega. Al ser muerto en Tlaxcalantongo, el General Venustiano Carranza, fue trasladado su cadáver a Xicotepec y embalsamado. El ataúd fue cubierto con la Bandera Nacional de esta ciudad y así llegó a la ciudad de México. En 1953 se separa del Distrito de Huauchinango (Pueblos de México, 2013).

Cuadro 4.3 Datos estadísticos del municipio de Xicotepec, Puebla.

Cabecera municipal	Xicotepec de Juárez
Localidades	101
Superficie	313.489 km ²
Población	75,601 habitantes.
Distribución de la población	48.13% hombres y 51.87% mujeres
Escolaridad	5.81 media
Principales grupos indígenas	Totonacos, Mazatecos y Otomíes
Principales actividades económicas	Cafecultura y comercio
Distancia a la ciudad de Puebla	156 km

Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014.

Orografía

El municipio pertenece a dos regiones morfológicas de la cota 1,000 hacia el noroeste, al declive del Golfo, y de la misma cota hacia el sureste a la Sierra Negra. El declive del Golfo es el declive septentrional de la Sierra Norte hacia la llanura costera del Golfo y se caracteriza por sus numerosas chimeneas volcánicas y lomas aisladas; en tanto que la sierra norte o sierra de Puebla está formada por sierras aproximadamente individuales, paralelas, comprimidas unas contra las otras y suelen formar grandes o pequeñas antiplanicies intermontañas que aparecen frecuentemente escalonadas hacia la costa (Centro Nacional de Desarrollo Municipal, 1999).

La porción occidental del municipio es bastante accidentada; presenta constantes ascensos y descensos que muestran, sin embargo, una tendencia a declinar abruptamente hacia donde pasa el río San Marcos. Destacando una serie de cerros y sierras pequeñas como el Nactanca, Peña Blanca, Las Pilas, etc., aunque cabe destacar una zona más o menos plana, donde se asienta la ciudad de Xicotepec de Juárez. La porción oriental muestra un relieve diferente; se alzan dos grandes Mesas, la Junta y Planada, con más de 10 kilómetros de largo y 4 de ancho y una superficie regularmente; su descenso hacia el río el Metate y San Marcos es abrupto. Su altura con respecto al mar oscila entre 200 y 1,600 metros (CEDEMUN, 1999).

Hidrografía

El municipio pertenece a la vertiente septentrional del estado de Puebla, formada por las distintas cuencas parciales de los ríos que desembocan en el Golfo de México, y que se caracteriza por sus ríos jóvenes e impetuosos, con una gran cantidad de caídas (EMDM, 2013).

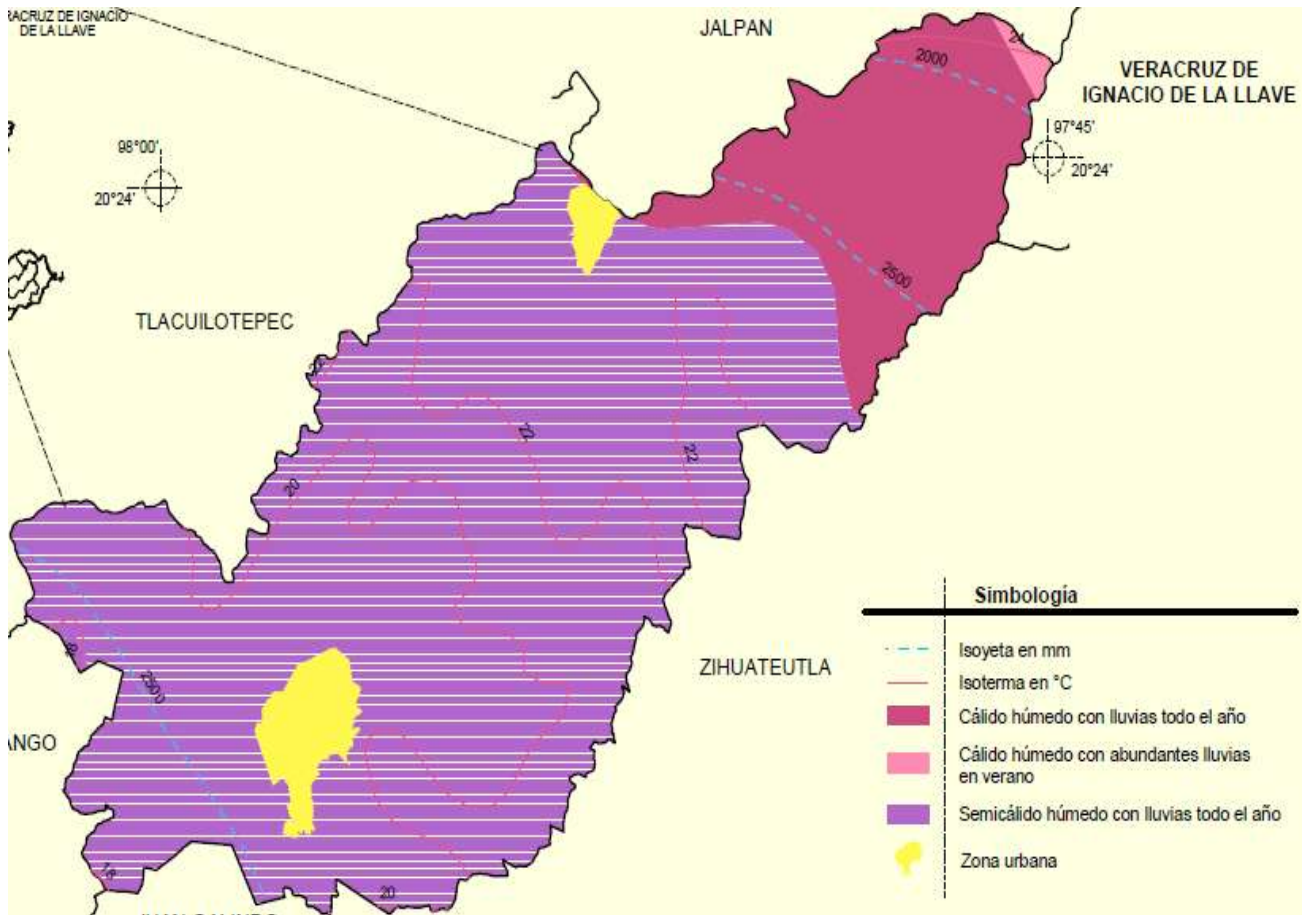
El municipio es bañado por varios ríos importantes, que se describen a continuación (EMDM, 2013):

- El río San Marcos, que recorre todo el norte del municipio en dirección oeste-este, sirve de límite con Tlacuilotepec y Jalpan, y constituye el principal formador del Cazonas, que desemboca en el Golfo.
- El río Metate recorre el oriente del municipio en dirección sur-norte, recibiendo a su paso las aguas de los ríos Cilima, Los Limones, Pita, Nactanca, Axocopatitla, y La Magdalena, antes de unirse al San Marcos.
- Los ríos Santa Luz, Amixtlán, El Metate y Noche Oscura bañan el noreste hasta unirse al San Marcos.

Clima

En el municipio se presenta la transición de los climas templados de la sierra norte, a los cálidos del declive del Golfo; se identifican dos climas: clima semicálido subhúmedo con lluvias todo el año; temperatura media anual mayor de 18°C; temperatura del mes más frío entre -3° y 18°C; precipitación del mes más seco mayor de 40 milímetros; la lluvia invernal con respecto a la anual es menor en un 18 por ciento. Es el clima predominante, se identifica en la porción central y meridional Clima cálido-húmedo con lluvias todo el año; temperatura media anual mayor de 22°C; temperatura del mes más frío mayor de 18°C; la lluvia invernal con respecto a la anual es menor de 18 por ciento; la precipitación del mes más seco es mayor de 60 milímetros. Se identifica en la porción septentrional del municipio (INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014).

Figura 4.6 Climas de Xicotepéc, Puebla.

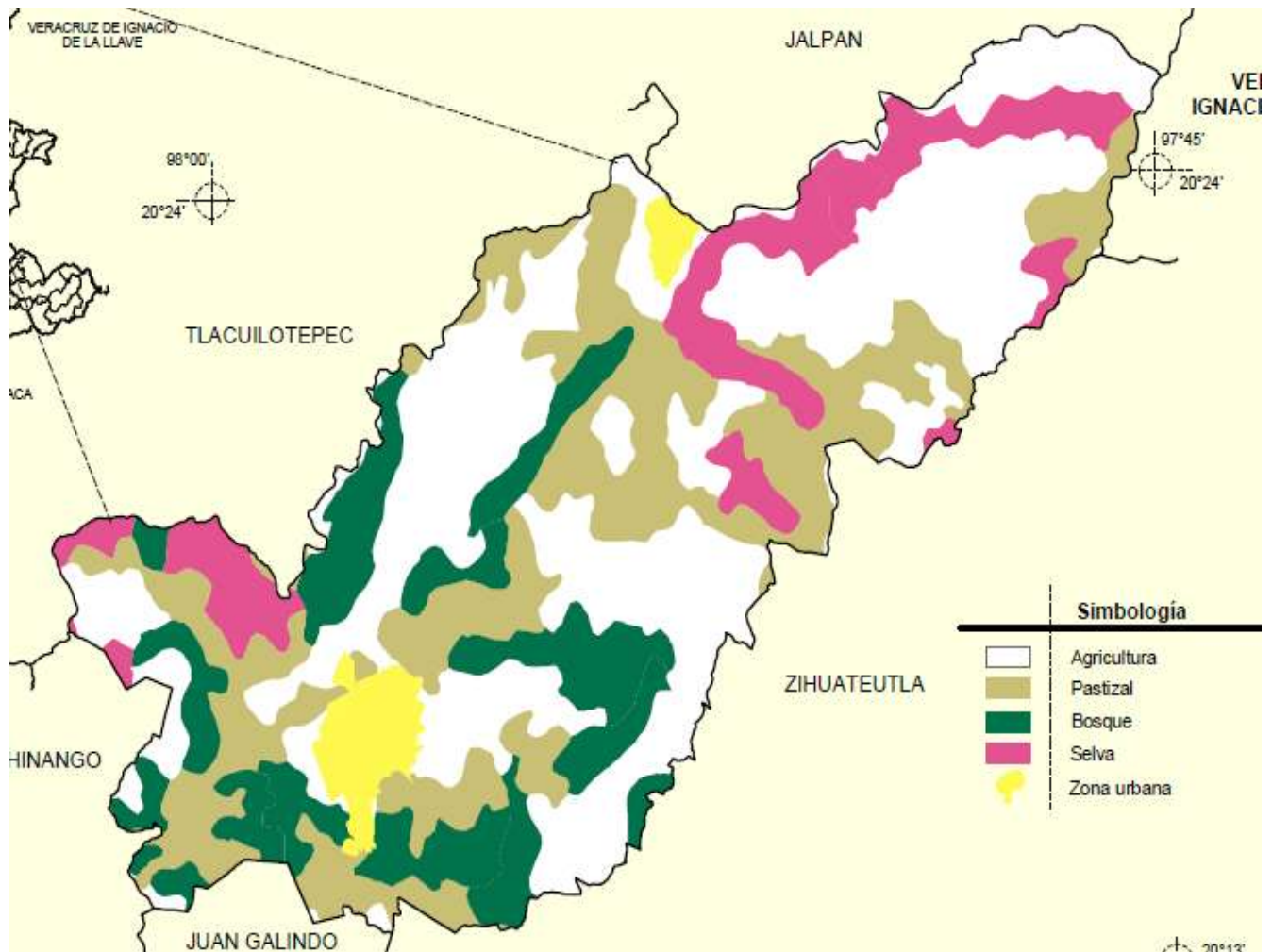


Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014.

Recursos naturales

La mayor parte del territorio ha perdido su vegetación natural; tan sólo subsisten algunas áreas de selva alta perennifolia al noreste y suroeste y centro-este. Existen bosques de encino y de explotación forestal, en ésta actividad se explotan las maderas finas y de construcción. por otro lado la minería: se tiene en existencia, barita, plomo, arcilla, feldespato, cobre, plata y el beneficiado es el no metálico barita (INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014).

Figura 4.7 Uso de suelo y vegetación de Xicoteppec, Puebla.



Fuente: INEGI. Marco Geoestadístico Municipal, 2014.

Una vez realizada la descripción del estado y municipio donde se llevará a cabo la investigación, el siguiente paso es conocer las principales características de la cafeticultura tanto a nivel estatal como regional, para ello en el siguiente capítulo se expone de manera general la situación que enfrentan los productores del cultivo de café en Puebla y en el municipio de Xicoteppec.

CAPÍTULO V LA CAFETICULTURA A NIVEL ESTATAL Y REGIONAL

5.1 SITUACIÓN DEL CAFÉ EN EL ESTADO DE PUEBLA

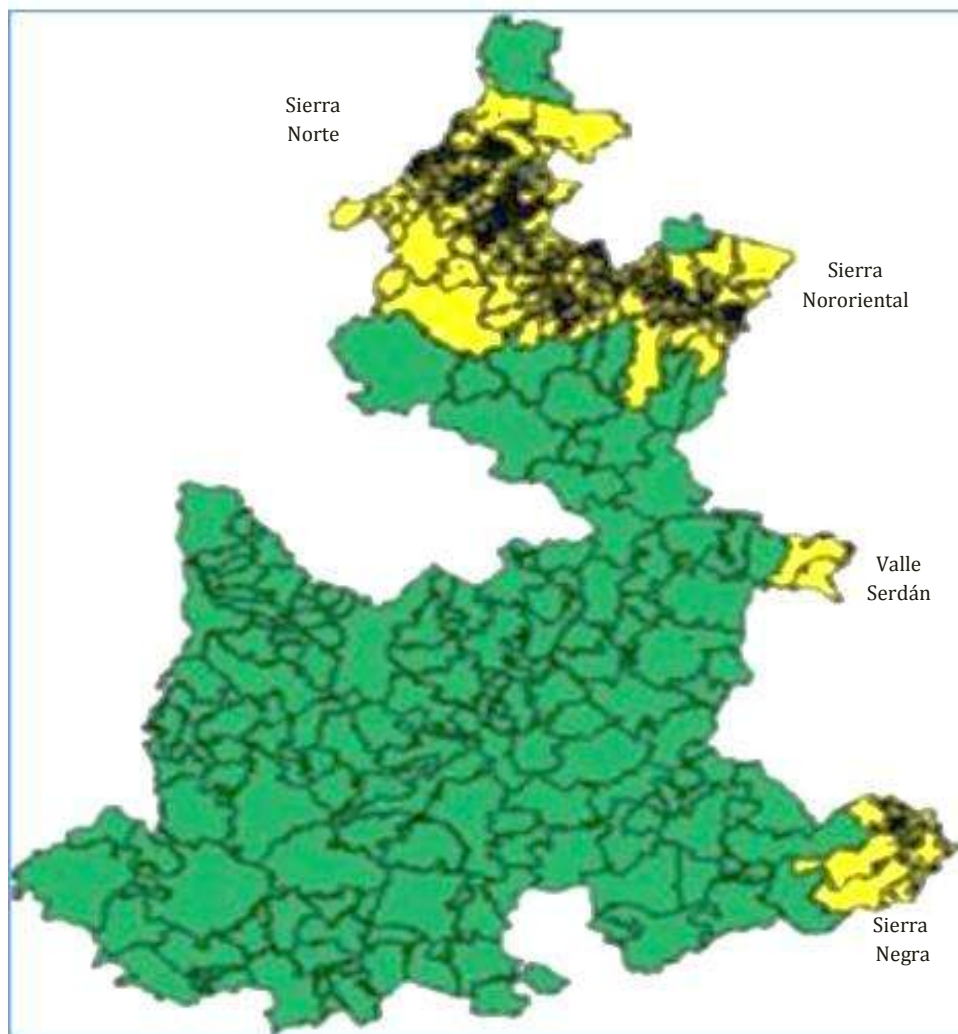
Puebla es el tercer productor a nivel nacional en café cereza,⁷ con una superficie cosechada de 68,116 hectáreas y una producción de 202 mil toneladas por ciclo, sólo después de Chiapas y Veracruz. La producción procede de 55 municipios, en 625 comunidades, se tienen identificados 46, 745 cafeticultores. El 75% se destina a la exportación, principalmente cafés de calidad prima lavados y alturas con valores estimados de más de 1,400 millones de pesos (Padrón Cafetalero, 2013).

En Puebla se cultivan de una a tres hectáreas en las que se alcanza una producción record en el país de 20 quintales por hectárea (Municipios Puebla, 2013). Puebla obtiene rendimientos de hasta 3.43 toneladas por hectárea de café, en tanto que el promedio a nivel nacional es 1.92. En el estado se tienen registrados 270 beneficios de café húmedo, 71 beneficios para café seco y 102 líneas de tostado y molido, así como el registro de 52 marcas de café tostado (AMECAFÉ, 2013).

En el estado el café se cultiva a lo largo del relieve montañoso de la Sierra Madre Oriental, esta región presenta un flujo de humedad por la temporada de nortes y lluvias a lo largo de todo el año, el clima corresponde al trópico húmedo. La importancia de la cafeticultura radica en que es altamente generadora de empleos y autoempleos en las huertas por concepto de limpia, poda, control de plagas, corte del café y en algunos casos fertilización del cultivo. El cultivo y producción de café se ha extendido en tres regiones conocidas como la Sierra Norte, Sierra Nororiental y Sierra Negra, que van desde el municipio Tlaxco en la Región Sierra Norte hasta San Sebastián Tlacotepec de Porfirio Díaz en el Sureste del estado (Sierra Negra) (Ibídem).

⁷ Es el resultado de la selección de granos maduros, que son despulpados, secados y tostados.

Figura 5.1 Regiones cafetaleras georeferenciadas en el estado de Puebla.



Fuente: AMECAFÉ, 2011.

Estadísticas generales de la cafecultura en el estado de Puebla (SIAP-SAGARPA, 2013):

- 68,116 hectáreas con café.
- 46,745 productores.
- 55 Municipios, 625 comunidades.
- 26,784 Productores indígenas (59% del Total).
- Beneficia a 199 mil personas que gracias a la cafecultura tienen un sustento familiar.
- Las zonas cafetaleras están ligadas a las zonas de mayor pobreza y marginación.

- Cafetales en mal estado, suelos agotados, falta de renovación de cafetales y caída de la producción, solo el 25% de los cafetos por cada hectárea están sanos y son productivos.
- Cambio climático en las regiones cafetaleras, climas cada vez más extremos que han ocasionado daños a la calidad de café.
- Disminución del volumen cosechado por heladas y sequías.
- Incremento en los insumos y menor cosecha, incrementan considerablemente costos de producción por hectárea.

En relación a la tenencia de la propiedad, los productores de café en Puebla, poseen un promedio de 3 hectáreas, de las cuales no toda la superficie se encuentra sembrada con café (AMECAFÉ, 2013).

Tabla 5.1 Hectáreas de café georeferenciadas del estado de Puebla.

Rango	Productores	%	Ha.	%
0.1 a 0.50	17,922	39	7,458.86	11
0.51 a 1.00	10,803	24	8,609.49	13
1.01 a 3.00	13,014	28	22,291.05	34
3.01 a 5.00	2,756	6	10,508.20	16
5.01 a 10.00	961	2	6,112.98	9
Mas de10.00	118	1	11,222.20	17

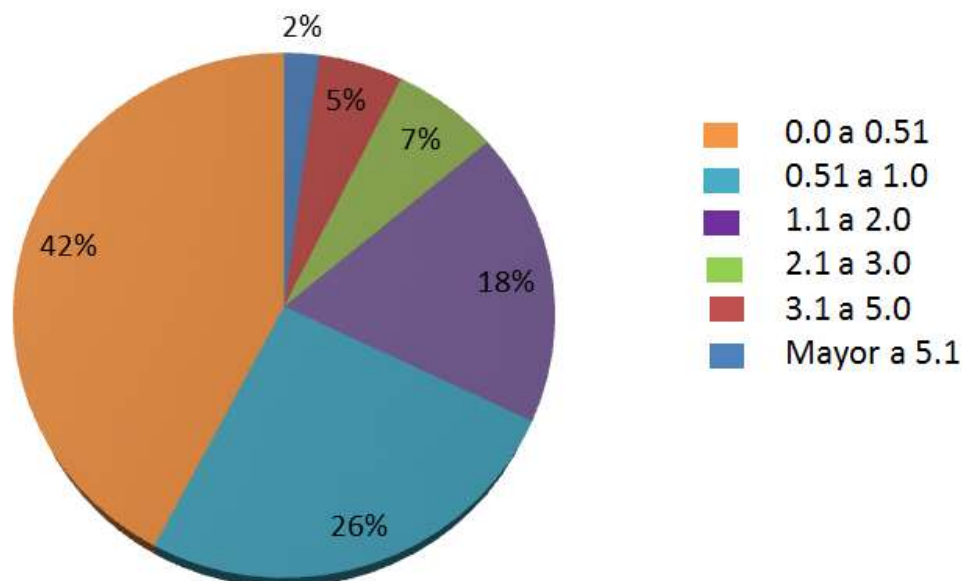
Fuente: AMECAFÉ, 2011.

La mayor parte de los productores son del sector primario (97%) son productores de menos de 3 has y cuentan con título de propiedad, en el 70% de las propiedades el hombre es cabeza de familia, el analfabetismo llega a un 46% siendo entre los de mayor edad, el número de miembros por familia es de 7, la asistencia a la escuela es cercana al 82%. Una de las características de las regiones cafetaleras del país es la diversidad cultural, para el caso de Puebla el 59% de los productores dedicados al cultivo del café pertenecen a una etnia (náhuatl, totonaca, mazateco u otomí); en el padrón cafetalero para este estado el 30 % de los productores censados son mujeres y el 70 % restante hombres; la cosecha de café empieza en la segunda quincena de octubre y termina a finales del mes de abril, con la especie Robusta;

las especies cultivadas en el estado de Puebla son en un 97% la Arábica y en un 3% la Robusta (AMECAFÉ, 2013).

La pulverización de la tenencia de la tierra es muy marcada por lo que el minifundismo prevalece en la posesión de las unidades de producción dedicadas al café; ya que más del 40 % de los productores tan solo tienen menos de 0.50 Has. Y el 25 % cuenta con un máximo de 1.0 has., tal como se puede observar en la gráfica 5.1. Los cafetales son activos en los que se concentra la riqueza de los pequeños productores, principalmente; pero que poco son valorados como tal, por los propios productores. El costo promedio por hectárea de las plantaciones de café, varían de acuerdo a la región en la que están ubicados, pero oscilan entre los 30,000 y 70,000 mil pesos, cada hectárea (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H. Cámara de Diputados, 2001).

Gráfica 5.1 Distribución de la tenencia de la tierra en las unidades dedicadas al cultivo de café en Puebla.



Fuente: AMECAFE, 2011.

Aún con las inconsistencias de manejo y productivas que se muestran en el cultivo, el café sigue y seguirá siendo un sistema producto de gran importancia cultural, social y económica; en

Puebla y según los datos que derivan de la Estrategia de Innovación, los productores dedicados al aromático depende en un 70% de los ingresos que el cultivo les remunere; por ello la importancia de atender los problemas incidentes en la falta de productividad que cada vez llevan a una menor rentabilidad del cultivo (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H. Cámara de Diputados, 2001).

Dentro de los factores que se pueden considerar como un hallazgo relevante, es la baja productividad que se demuestra en la cosecha 2010–2011 obedece por un lado a las condiciones climáticas, considerando afectaciones por dos heladas, tanto en la Sierra Norte del estado, como a la Nororiental y por otro lado a la estructura productiva que guardan los cafetos⁸ (AMECAFÉ, 2013).

En Puebla, el café no tan sólo tiene importancia en la superficie cultivada, o en el factor económico que representa; también tiene un alto grado de significancia en el ámbito social y ambiental; del cultivo del café dependen directa e indirectamente 199 mil personas, desde los propietarios de los predios, los jornaleros que se dedican a las labores culturales y de cosecha, transportistas, comercializadores, beneficiadores, operarios de maquinaria de los beneficios seco y húmedo, etc., quienes a pesar de los años donde prevalecieron los bajos precios, han soportado decrementos a sus salarios, teniendo empleos temporales causa de la falta de solvencia financiera de finqueros y beneficiadores, en aquellas ocasiones, afectando así la calidad de vida, que año con año se encarece. Los productores poblanos reportan una producción superior a los 811 mil quintales, con un rendimiento promedio de 3.4 toneladas por hectárea; el valor de la producción estatal de café es de más de mil 564 millones de pesos anuales. Los principales municipios productores de café en el estado de Puebla son Xicotepec, Jalpan, Jopala, Zihuateutla, Tlacuilotepec, Hueytamalco, Tlaola, Cuetzalan del Progreso, Pantepec y Hermenegildo Galeana (SAGARPA, COFUPRO, SPC, 2010).

⁸ Se le conoce como cafeto o planta productora de café a un arbusto que se da en la región tropical de la tierra perteneciente a la familia de las rubiáceas.

5.2 SITUACIÓN DEL CAFÉ EN XICOTEPEC, PUEBLA

Xicotepec es el principal productor de café en el estado de Puebla al reportar 10 mil hectáreas y 500 mil quintales anuales, esta actividad económica beneficia a más de 3 mil productores de la región; el rendimiento promedio por hectárea es de tres toneladas. En el municipio se produce la variedad caturra en un 70% y la typica o café criollo, bourbón, mundo novo, garnica, catuaí, pacamara, costa rica y catimor constituyen el 30% restante. Uno de los principales problemas que se presenta es la comercialización del grano, a la mayoría de los pequeños productores les resulta complicado vender su grano, son pocos los productores que han logrado colocar sus productos y los exportan a través de empresas comercializadoras de la región, pero los demás están a la espera de una oportunidad. Las principales comercializadoras que juegan el papel de intermediarios en la compra-venta de café son AMSA y Aristeo Ortega, quienes exportan a EE.UU, le siguen Jesús Paredes, Rigoberto Barragán, ARESCA, Román Balderavano, BENCA FSER y NEWMANCOFFE la mayoría con mercado a nivel nacional (Sanidad Vegetal, 2013).

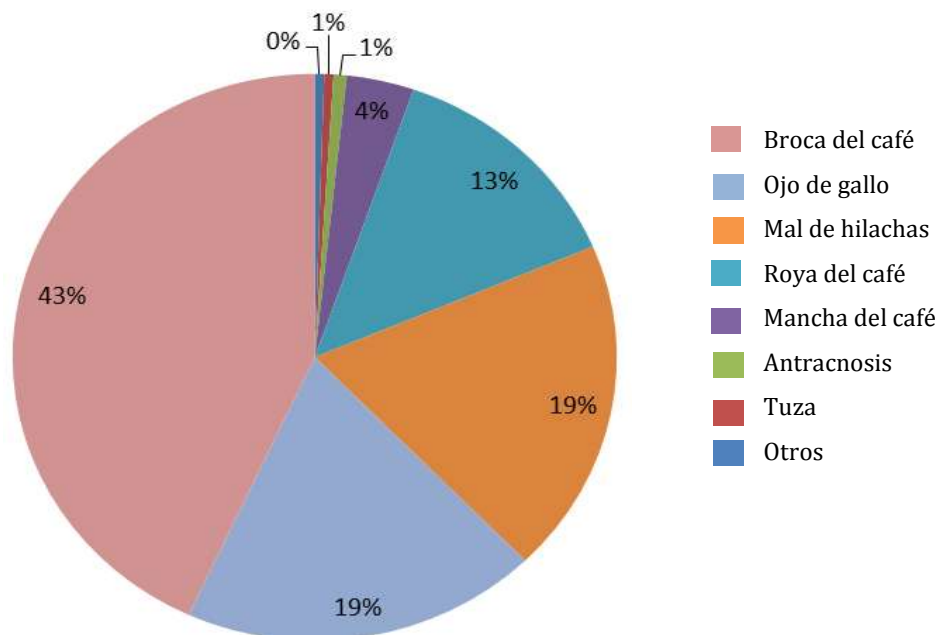
Xicotepec es un municipio considerado como el mayor productor de café por hectárea, esto no sólo de Puebla, sino a nivel nacional, pues en promedio en México se producen 7 quintales por hectárea, mientras que en este municipio el promedio que tienen es de 20 quintales por hectárea (Inforural, 2013).

En la región existen dependencias gubernamentales como SAGARPA (Sanidad Vegetal y Procampo), INAES y FIRA que ofrecen créditos y programas de apoyo a los productores de café, sin embargo muchos de ellos no los aprovechan por la falta de conocimiento, por otro lado los apoyos son limitados y no son distribuidos de la manera correcta (Sanidad Vegetal, 2013).

Plagas y enfermedades del café en la región

En el municipio de Xicotepec la broca del café es la principal plaga presente en el sistema de cultivo, con un 43.1%; seguida del minador de la hoja y la araña roja; por otra parte las enfermedades más comunes son el ojo de gallo, el mal de hilachas, la roya del cafeto, la mancha de hierro, antracnosis, etc. (Ibídem).

Gráfica 5.2 Principales plagas y enfermedades en la región Xicotepec, Puebla.



Fuente: AMECAFE, 2011.

Cadena de producción y distribución del café de Xicotepec, Puebla

El café pertenece a la familia botánica Rubiaceae, que tiene unos 500 géneros y más de 6,000 especies. La mayoría son árboles y arbustos tropicales que crecen en la capa más baja de los bosques. Otros miembros de esa familia son las gardenias y las plantas que producen quinina y otras sustancias útiles, pero el *Coffea* es con mucho el miembro más importante de la familia desde el punto de vista económico (ICO, 2014).

Para una buena propagación del café, la semilla debe cumplir con ciertos requisitos tales como, provenir de buenos progenitores, que el grano este bien maduro, un adecuado manejo de la extracción y tratamiento de la misma, etc. Una vez que se tiene la semilla el siguiente paso es la preparación de semilleros, donde la semilla permanecerá entre 50 y 75 días previos al trasplante, el propósito de los semilleros es el de producir un máximo de plantas sanas y dar las condiciones ideales para el primer desarrollo de la planta, para garantizar que se cumpla con el objetivo se deben cuidar aspectos como estar en plena exposición solar, fácil acceso, tipo de sustrato y estar cerca de una fuente de agua (Luna, 1982).

Las dimensiones de las camas serán de 25 cm de alto y de 1 a 1.20 m de ancho, el largo será de acuerdo a la cantidad de semilla a sembrar, pero se calcula que en un metro cuadrado se deposita una libra de semilla, el semillero se realiza en los meses de febrero a abril que es la época más seca, se siembra en surcos de 2 cm de profundidad y 5 cm de separación, una vez que las camas estén sembradas se deben tapar con una cubierta de paja seca, el propósito es crear condiciones adecuadas de humedad y temperatura y a la vez protegerlo de la acción directa del agua de riego, agua de lluvia o cualquier otro agente extraño; el riego se realiza de dos a tres veces por semana, se revisa periódicamente el semillero, para detectar si hay ataque de enfermedades (Ordoñez, 2001).

El siguiente paso es la construcción de viveros los cuales se hacen bajo una sombra construida en forma de ramada, la cual se separa por medio de madera, alambre y ramas de plantas propias de la región. Los viveros se realizan en bolsas de polietileno negra, perforada con dimensiones que varían de 6x8, 7x8, 8x9 y 8x10 pulgadas respectivamente. El lugar para el vivero debe tener fácil acceso, estar protegido de viento, con topografía plana o ligeramente inclinado, buen drenaje, disponibilidad de riego, cerca del lugar de trasplante y protegido de animales. El suelo utilizado para el llenado de las bolsas debe provenir de la parte superficial del mismo, se utilizan abonos orgánicos especialmente la pulpa del café. Una vez llena la bolsa se procede al alineamiento en hileras dobles, separadas con calles de 40 y 50 cm. Para realizar el trasplante del almácigo a la bolsa en primera se seleccionan las plántulas sanas, vigorosas y con raíz bien formada, cuando se siembra la plántula se debe enterrar hasta el cuello de la raíz (FIAGRO, 2001).

La siembra definitiva al campo es a los 4 o 5 meses de edad cuando la planta posea por lo menos 6 pares de hojas verdaderas y se realiza en épocas de abundante precipitación, lo cual favorece una rápida adaptación de la planta y disminuye el riesgo de pérdidas. Para mantener el semillero y el vivero libre de hierbas se desyerba mensualmente con mucho cuidado, esta actividad se realiza manualmente para evitar dañar las plántulas de café (ALIANZA MREDD, 1993).

Para el establecimiento de los cafetales en el huerto se limpia el terreno por medio de chapeas, herbicidas o ambos. Para la siembra se establece una densidad de aproximadamente 1900 plantas por hectárea. En cuanto al manejo de la plantación se realiza un hoyo de 40 cm de

largo, 40 de ancho y 40 de profundidad, al momento de sembrar se retira la bolsa de polietileno, la planta debe quedar sembrada en suelo, al mismo nivel del que tenía su tallo en la bolsa, procurando que la raíz principal no quede doblada, se aplica fertilizante que contenga nitrógeno y fósforo así como también insecticida-nematicida por hoyo para prevenir ataques de plagas de suelo, una vez hecho lo anterior se cubre el pilón de la plántula con tierra y se apisona con los pies alrededor, evitando que queden vacíos de aire. A partir de este momento pasarán 4 años para que produzca la primera cosecha. (PROCAFÉ, 2012).

Para la cosecha, el proceso comienza en el huerto mismo, con la adecuada selección de los frutos bien rojos y maduros, llamadas cerezas de café, y la determinación del tiempo óptimo para el corte. Todos los frutos son cortados a mano, uno por uno, porque las cerezas en las ramas maduran distintos en tiempo, así pues hay que escoger y el corte no se puede industrializar. Los cortadores recorren los huertos con sus tenates, recipiente que cuelga en el cinturón, luego se vacía el contenido a una bolsa o costal, misma que se pesa para pagar a cada cortador por kilo recolectado. Los frutos se despulpan el mismo día del corte, y de esta manera se obtiene un grano amarillento, pegajoso y baboso que todavía no se parece al café comercial que se conoce (Sanidad Vegetal, 2014).

La calidad comercial de los granos de café resulta profundamente influida por la forma en que se cosechan y benefician los frutos. Mientras más maduros sean los frutos cuando se recolectan, más elevado será el grado del grano. En forma ideal, las bayas de café se deben cosechar cuando están de color rojo oscuro, sin vestigio alguno de restos verdes. Donde hay disponible suficiente mano de obra y se desea café de calidad selecta, los árboles se recolectan varias veces, recogiendo solo las bayas plenamente maduras. Desafortunadamente el café arábigo y, en cierto grado el robusta, tienen la desventaja de tirar su fruta después de que ha madurado más allá de cierto punto (INFOAGRO, 2015).

Los cafetos se someten a un tratamiento de poda después de la cosecha, para sustituir oportunamente las ramas que ya produjeron. De esta manera se elimina parte de la planta y se cambia su forma normal de crecimiento para darle una configuración armoniosa. Esto favorece el crecimiento de nuevas ramas y prepara el tejido productivo. De la misma manera para evitar plagas y enfermedades, las condiciones dentro del cafetal deben ser óptimas en cuanto a humedad, luz y temperatura, y las plantas deben estar bien nutridas. También es importante

cosechar siempre todas las cerezas maduras, para evitar que se conviertan en alimento de las plagas. Por otro lado la presencia de árboles de sombra contribuye a la captura de bióxido de carbono y otros gases que contaminan la atmósfera, con lo cual se mitigan efectos del cambio climático. Además, se modifican ciertos factores ambientales como la temperatura, en beneficio del crecimiento de raíces, ramas, hojas y frutos de nuestros cafetos (Sanidad vegetal, 2014).

La forma de comercializar el café se manifiesta de la siguiente manera:

Los productores de café, debido a sus condiciones de pobreza y marginación, se ven obligados a vender su cosecha a acopiadores, quienes les ofrecen precios inferiores a su valor real, en la Sierra Norte de Puebla se presenta esta situación, de acuerdo con León y Guzamán (1998), donde la comercialización del café está dominada por intermediarios locales y regionales que acaparan la producción, pagando precios muy bajos por el producto. Cabe resaltar que las comercializadoras que compran el café de la región del Xicotepec, Puebla, van a las comunidades y más específicamente a los huertos de los agricultores para recoger la producción.

De acuerdo a las características que presentan los diferentes comercializadores locales de café de la región, se pueden clasificar de la siguiente manera (Alvarado et al, 2006):

Acaparador privado. Se caracteriza por comprar en diferentes modalidades, como son el acceder a comunidades cercanas y compra en su bodega. Venden en grandes cantidades y generalmente tienen las siguientes características.

- Posee camionetas para acceder a comprar el grano a diferentes comunidades.
- Emplea fuerza de trabajo.
- Es cafeticultor que normalmente posee extensiones de territoriales mayores a 5 hectáreas.
- Impone un precio medio.
- Tiene trato directo con exportadores, por lo que asegura mayores beneficios

Mediano productor y comerciante. Son aquellos que generalmente cuentan con alguna tienda y:

- Casi todos poseen camioneta
- Emplea fuerza de trabajo familiar y externa en menor escala.
- Poca tierra cosechada. (una hectárea o menos).
- Fija precios y caparan una menor cantidad de grano.

Una vez adquirido el grano se deposita en centros de almacenamiento para su debido procesamiento, el cual consiste en separar los granos vanos o defectuosos de los buenos. Posteriormente se procede a efectuar el beneficiado húmedo, que es el proceso físico por medio del cual el grano es liberado de la cáscara y pulpa que lo cubren. Esta práctica consiste en friccionar el fruto entre dos discos de metal para separar la cáscara y pulpa del grano, usando agua para facilitar la tarea. Resultado del beneficiado húmedo es el café pergamino, nombre que se le da por la película o mucílago que todavía lo envuelve y que no es soluble en agua, por lo que debe fermentarse durante 24 horas en tanques de agua (Cervantes citado por Valdez, 1998).

El secado del grano se puede hacer en patios de cemento en los que se tiende el café por un periodo de aproximadamente cinco días, durante los cuales se le mueve a intervalos regulares para evitar un secado desigual. En plantaciones mayores también se recurre a secadoras que funcionan con diesel o gas, lo que reduce significativamente el tiempo de secado y los inconvenientes climáticos de las zonas cafetaleras. Una vez que el grano se ha secado, se realiza el beneficiado seco, que consiste en quitar el mucílago seco por medio de máquinas trilladoras, de donde se obtiene el café oro o verde, mismo que en esta etapa es seleccionado por color, imperfecciones, tamaño etc., para posteriormente suministrarse a la industria torrefactora, solubilizadora, refresquera etcétera, del país y del exterior (Martínez, 1999).

Respecto a la participación de empresas extranjeras en la comercialización de café oro son cuatro grandes compañías con presencia en la región, Nestle, Café California, AMSA y Louis Dreyfus, las cuales operan a través de convenios de agricultura por contrato con los cafeticultores de la entidad (Rincón, 2014).

Sin embargo Escobedo (2014) explica que la firma de convenios con grandes empresas transnacionales, a través de esquemas como el programa de agricultura por contrato, no evita la intermediación de coyotes y, en consecuencia, el creciente empobrecimiento de los

caficultores, en el sector agrícola, además de que es muy poco probable asegurar calidad y cantidad. El comprador está pendiente del precio internacional, si el precio internacional se cae no va a cumplir un contrato, la realidad es que siguen siendo los intermediarios, conocidos como coyotes, quienes se ocupan de comprar a bajos precios el producto para acopiarlo y, posteriormente, venderlo a las compañías cafetaleras y asegurar así los volúmenes de comercialización que exigen. Los centros de acopio están regidos no por los productores sino por gente dedicada al comercio.

La industrialización final del café es la transformación del café oro en café tostado, molido y soluble. El café oro debe salir del beneficio seco clasificado por tamaño, forma y grado de humedad, en este paso se evidencian las diferentes calidades. A partir de aquí, el flujo de café verde hacia su segundo proceso de industrialización comienza con la selección que los fabricantes hacen de las calidades de café verde que quieren mezclar a fin de producir el tostado y molido específicos del sabor y aroma propio de cada marca de café en el mercado. La materia prima en la industria del café para consumo directo siempre reúne varias calidades de café verde, que adecuadamente mezcladas darán el sabor, el aroma y el cuerpo deseados. La siguiente etapa es la descafeinización o directamente la torrefacción, es decir, el tostado del café verde u oro (Aguirre, 1999).

Además de su consumo final en el mercado interno e internacional, el café también puede utilizarse como insumo en la industria. En el primer caso implica la venta en grano o molido, ya sea cafeinado, descafeinado, mezclado con azúcar, etcétera, o después de un proceso ampliado que implica la torrefacción, molienda, evaporación y aglomeración, su venta como café soluble. Como insumo, el grano es sometido a otro proceso para extraerle la cafeína, misma que es usada por empresas refresqueras y farmacéuticas, aunque en una proporción mucho menor que para su consumo directo, y sin recurrirse a la torrefacción (Aguirre, 1999).

En este capítulo se revisó la situación de la cafecultura a nivel estatal y regional, la importancia que esta actividad económica tiene para el municipio es muy significativa, ya que de ella dependen muchas familias de escasos recursos económicos. Como se mencionó anteriormente algunos de los principales problemas de la cafecultura a nivel estatal y regional son las plagas, enfermedades, pulverización de la tierra, bajo nivel tecnológico y altos costos de los insumos, lo que afecta directamente la economía de los productores.

En el siguiente capítulo se expone la normatividad que rige la producción y comercialización del café, así como algunas las certificaciones que exige el mercado tanto nacional como internacional. Es importante resaltar que México tiene competidores muy fuertes, un ejemplo claro es Brasil por ello es indispensable que cumpla con los estándares señalados y de esta manera sobresalir en los mercados internacionales.

PARTE IV

MARCO NORMATIVO

Las normalizaciones son las reglamentaciones técnicas de productos, servicios y procesos industriales, comerciales de servicios, laborales, ecológicos, etc., permiten vivir en sociedad, con un comportamiento honesto y de respeto y facilitan el orden la eficiencia y la confianza respeto y facilitan el orden, la eficiencia y la confianza en las interrelaciones económicas entre proveedores, industrias, consumidores y gobierno (Ledesma, 2011).

Por ello, las normas técnicas son la misma solución para un problema repetitivo y consisten en una referencia respecto a la cual se juzgará un producto o una actividad (Ledesma, 2011).

CAPÍTULO VI NORMAS DE CALIDAD

Hay muchas opiniones diferentes sobre lo que constituye calidad. Pero se puede afirmar que la calidad de una partida de café proviene de una combinación de la variedad botánica, la situación topográfica, la climatología y el cuidado con el que se cultivó, cosechó, almacenó, se preparó para la exportación y se transportó el café. La variedad botánica y las condiciones topográficas son constantes y por ello dominan el carácter básico o inherente de un café. Las condiciones climáticas son variables y no puede influirse en ellas, con lo que la calidad fluctúa de una temporada a otra (Guía del exportador de café, 2011).

El cultivo, el acopio, el almacenamiento, la preparación para la exportación y el transporte son factores variables en los que se puede influir. En ellos intervienen seres humanos, cuya motivación es un factor esencial para determinar la calidad final de una partida de café verde. Según sean las prioridades de comercialización, los esfuerzos de las personas oscilarán entre el máximo nivel posible, sin tener en cuenta su costo, y el mínimo más bajo para reducir costos y optimizar ingresos y márgenes de ganancia. Las iniciativas encaminadas a promover la calidad dependen de los precios de los mercados mundiales y de la voluntad de los compradores de recompensar con primas adecuadas el cuidado puesto en conservar y mantener la calidad y obtener así una calidad superior a la media (Guía del exportador de café, 2011).

6.1 NORMAS INTERNACIONALES

Las normas ISO 9000 son normas de calidad establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión, aplicables en cualquier tipo de organización y de herramientas específicas como los métodos de auditoría (el proceso de verificar que los sistemas de gestión cumplen con el estándar) (ISO, 2013).

El objetivo de la normalización sobre el café es la normalización del café y sus derivados, sobre la base de normas internacionales y las necesidades nacionales, para su difusión y aplicación en la cadena productiva del café, que permitan facilitar su comercialización interna y externa, y

repercutan efectivamente en la calidad y competitividad del café. Asimismo, participación en la normalización internacional del café como Comité Espejo de ISO (Ledesma, 2011).

Cuadro 6.1 Normas ISO para el Café.

ISO 4072:1982	De café verde en sacos – Muestreo.
ISO 6668:2008	Café – Preparación de muestras para su uso en análisis sensorial.
ISO 4149:2005	Café verde – Inspección olfativa y examen visual y la determinación de materia extraña y defectos.
ISO 10470:2004	Café verde- tabla de defectos de referencia.
ISO 6673:2003	Determinación de la pérdida de masa a 105 grados.
ISO 3509:2005	Café y productos- Vocabulario.
ISO 4052:1983	Café-determinación del contenido de cafeína (Método de referencia). ISO 6670:2002. Café instantáneo- Método de muestreo para las unidades a granel con revestimiento.
ISO 15322:2005	Leche en polvo y productos lácteos en polvo – determinación de su comportamiento en el café caliente (prueba de café).
ISO 9116:2004	Café verde-directrices sobre los métodos de especificación.
ISO 20938:2008	Café instantáneo –determinación del contenido de humedad. Método de Karl Fischer (Método de referencia).
ISO 3726:1983	Café instantáneo –determinación de la pérdida de la más a 70 grados C bajo presión reducida.
ISO 4150:1991	Café verde-análisis de tamaño-manual de tamizado.
ISO 6666:1983	Café Trier.
ISO 11294:1994	Tostado del café molido-determinación del contenido de humedad. Método por determinación de la pérdida de masa a 103 grados C (método de rutina).
ISO 8460:1987	Café instantáneo- determinación del libre flujo y la densidad de compactación a granel.
ISO 6669:1995	Verde y café tostado-determinación de la densidad a granel de flujo libre de granos enteros (método de rutina).
ISO 8455:1986	Café verde en sacos-guía para el almacenamiento y transporte.
ISO 20481:2008	Café y productos-determinación del contenido de cafeína mediante cromatografía líquida de alta resolución (HPLC)-Método de referencia.
ISO 6667:1985	Café verde-determinación de la proporción de granos dañados por insectos.
ISO 11292:1995	Café instantáneo- determinación del contenido de carbohidratos libres y totales. Método de alto rendimiento de la cromatografía de intercambio aniónico.
ISO 1446:2001	Café verde-determinación del contenido en agua-Método básico de referencia.
Fuente: Espíndola, 2011.	

6.2 NORMAS NACIONALES

La Normatividad Mexicana es una serie de normas cuyo objetivo es asegurar valores, cantidades y características mínimas o máximas en el diseño, producción o servicio de los bienes de consumo entre personas morales y/o físicas, sobre todo los de uso extenso y fácil adquisición por el público en general, poniendo atención en especial en el público no especializado en la materia, de estas normas existen dos tipos básicos en la legislación mexicana, las Normas Oficiales Mexicanas llamadas Normas NOM y las Normas Mexicanas llamadas Normas NMX, de las cuales solo las NOM son de uso obligatorio en su alcance y las segundas solo expresan una recomendación de parámetros o procedimientos, aunque sí son mencionadas como parte de una NOM como de uso obligatorio su observancia es a su vez obligatoria (Cámara de diputados, 2012).

NORMA OFICIAL MEXICANA (NOM)

La Norma Oficial Mexicana por sus siglas conocidas como normas NOM, creadas en el Art. 3 Frac. XI de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización que dice:

Artículo. 3, Fracción XI. Norma Oficial Mexicana: la regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación (SEMARNAT, 2012).

Cuadro 6.2 Normas Oficiales Mexicanas para el Café

NOM-002-FITO-2000	Por la que se establece la campaña contra la broca del café.
NOM-019-FITO-1995	Por la que se establece la cuarentena exterior para prevenir la introducción de plagas del café.
NOM-149-SCFI-2001	Café Veracruz-Especificaciones y métodos de prueba.
NOM-169-SCFI-2007	Café Chiapas-Especificaciones y métodos de prueba.
Fuente: AMECAFÉ, 2011.	

NORMA MEXICANA (NMX)

Las Normas Mexicanas por sus siglas conocidas como normas NMX, creadas en el Art. 3 Frac. X de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización que dice:

Artículo 3, Fracción X. Norma Mexicana: la que elabore un organismo nacional de normalización, o la Secretaría, en los términos de esta Ley, que prevé para un uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado (SEMARNAT, 2012).

Cuadro 6.3 Normas Mexicanas para el Café

NMX-F-176-SCFI-2008	Café verde-determinación de la pérdida de masa a 105 °C.
NMX-F-173-SCFI-2011	Café tostado con azúcar y café tostado mezclado con azúcar (cancela a la NMX-F-173-SCFI-1982).
NMX-F-551-SCFI-2008	Café verde-especificaciones, preparaciones y evaluación sensorial (cancela a la NMX-F-551-SCFI-1996).
NMX-F-013-SCFI-2010	Café puro tostado, en grano o molido, sin descafeinar o descafeinado-especificaciones y métodos de prueba (cancela a la nmx-f-013-scfi-2000).
NMX-F-107-SCFI-2008	Café verde en sacos-muestreo.
NMX-F-129-SCFI-2008	Café verde-preparación de las muestras para su uso en análisis sensorial.
NMX-F-139-SCFI-2010	Café puro soluble, sin descafeinar o descafeinado-especificaciones y métodos de prueba (cancela a la nmx-f-139-scfi-2004).
NMX-F-158-SCFI-2008	Café verde-inspección olfativa y visual-determinación de defectos y materia extraña.
NMX-F-162-SCFI-2008	Café verde-tabla de referencia de defectos.
NMX-F-173-SCFI-2011	CAFÉ. Tostado con azúcar y café tostado mezclado con azúcar (cancela a la nmx-f-173-s-1982).
NMX-F-176-SCFI-2008	Café verde – determinación de la pérdida de masa a 105 °c – método de prueba.
NMX-F-177-SCFI-	Café verde de especialidad-especificaciones, clasificación y evaluación sensorial.

2009	
NMX-F-180-SCFI-2010	Café-determinación del contenido de cafeína-método de prueba.
NMX-F-181-SCFI-2010	Café verde-determinación del contenido de humedad-método de prueba.
NMX-F-182-SCFI-2011	Café-determinación del contenido de cafeína-método por cromatografía líquida de alta resolución (método de referencia).
NMX-F-187-SCFI-2012	Café verde-almacenamiento y transporte.
NMX-F-189-SCFI-2012	Caladores para toma de muestra de café.
NMX-F-190-SCFI-2013	Café tostado molido-determinación del contenido de humedad-método Karl Fischer (método de referencia).
NMX-F-551-SCFI-2008	Café verde – especificaciones, preparaciones y evaluación sensorial (cancela a la nmx-f-551-scfi-1996).
NMX-F-552-SCFI-2009	Café verde descafeinado-especificaciones y métodos de prueba (cancela a la nmx-f-552-scfi-1998).
NMX-F-586-SCFI-2008	Café y sus productos-vocabulario-términos y definiciones.
NMX-F-593-SCFI-2013	Café verde y tostado-determinación de la densidad aparente por caída libre de granos enteros de café-método de rutina.
PROY-NMX-F-191-SCFI-2013	Café verde o café crudo-análisis de tamaño-tamiz manual y por máquina.
Fuente: NUESTRO CAFÉ, 2013.	

6.3 CERTIFICACIONES

La Certificación se refiere al procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas o lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacionales o internacionales (Cámara de Diputados, 2012).

La certificación entra en el camino de la profesionalización de la producción de café, en evaluar que el proceso de producción del grano se dé en unas condiciones apropiadas. No solo en cuanto a salubridad y a técnica, sino que también evidencie un compromiso con el medio ambiente. Quien recibe la certificación se caracteriza por brindar condiciones sociales de vida digna de las personas que intervienen en el proceso del cultivo, desde su recolección hasta su degustación (AMECAFÉ, 2011).

UTZ CERTIFIED

Encontrar una marca de café UTZ CERTIFIED significa encontrar un producto de primera. Uno de los aspectos que evalúa la UTZ es el compromiso ambiental. Se evalúa técnicamente las buenas prácticas de cultivo, y se cuida la implementación de procesos de no contaminación. La UTZ busca fomentar la cultura del café como un proceso digno, comenzando desde las mismas haciendas de producción para que el grano sea el resultado de una filosofía y prácticas sostenibles durante todo el proceso de producción (UTZ CERTIFIED, 2011).

FAIRTRADE

Es un sistema de certificación para productos que cumplen con los estándares medioambientales, laborales y de desarrollo establecidos por (FLO) International. No todo el comercio es justo, los agricultores y los trabajadores al comienzo de la cadena no siempre reciben una parte equitativa de los beneficios del comercio. Comercio justo permite a los consumidores poner este derecho. El comercio justo ofrece a los productores un mejor trato y mejores términos de intercambio. Se da la oportunidad de mejorar su vida y planificar su futuro (Fairtrade Internacional, 2011).

CERTIFIED ORGANIC OCIA

La certificación orgánica se ha convertido en garantía perfecta para asegurar el buen estado y salubridad en el que se halla un alimento para ser consumido, puesto que permite constatar si un cultivo ha seguido acertadamente las normas de producción orgánica. Los requisitos varían de un país en país e implica generalmente un sistema estándar de producción para crecer, almacenar, procesar, empaquetar, etc. La certificación orgánica es la garantía de que el cultivo se manejó siguiendo las normas de producción orgánica. Cuando el consumidor ve el sello de la agencia certificadora lo reconoce y le da confianza de que el producto es orgánico. La certificación es útil al consumidor. Pero también es útil al productor, debido a que le ayuda a vender mejor sus productos diferenciados (AMECAFÉ, 2011).

RAINFOREST ALLIANCE

Las certificaciones ambientales al café, como es el caso de la certificación Rainforest Alliance (RA), reciben atención para apoyar la sostenibilidad social, económica y ambiental en las regiones cafetaleras del mundo (Rainforest Alliance, 2011).

EL SISTEMA DE CAFÉ Q (COFFEE QUALITY INSTITUTE)

El Instituto de Calidad del Café (CQI) es una organización sin fines de lucro que trabaja a nivel internacional para mejorar la calidad del café y las vidas de las personas que lo producen. El PMC ofrece capacitación y asistencia técnica a los productores de café y otras personas en la cadena de suministro para aumentar el valor, el volumen y la sostenibilidad de la producción de café de alta calidad. El CQI también trabaja hacia la construcción de la capacidad institucional en los países productores de café mediante la creación de sistemas e infraestructura que fomenten un enfoque en la calidad que lleva al aumento de los ingresos de los agricultores. El CQI desarrolló el Sistema Café Q, ahora tanto para Arábica y Robusta, para reforzar y mantener los estándares de cafés especiales según la definición de la Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA), que ha sido el establecimiento de normas de calidad en el comercio del café desde hace 26 años. El Sistema Café Q es reconocido y utilizado como el principal instrumento que soporta los estándares de la SCAA internacional (Cofeeinstitute, 2013).

Una vez realizada la parte correspondiente al marco normativo y certificaciones que rigen la producción y comercialización del café mexicano se pasará al capítulo del diseño metodológico de la investigación, donde se abordarán los temas: tip de investigación, diseño del instrumento, escala de medición, población y tamaño de la muestra, la prueba piloto, cuestionario final, la validez y confiabilidad del instrumento, la obtención de datos y finalmente el procesamiento de las variables.

PARTE V

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA DETERMINAR LAS VARIABLES COMPETITIVAS QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ A ESTADOS UNIDOS

Este capítulo tiene por objetivo describir y diseñar la metodología para evaluar las variables que se determinaron a través del análisis del marco teórico. La metodología que se utilizará constituye una herramienta importante para obtener y analizar la información que se requiere para conocer finalmente en qué medida las variables competitivas, calidad, precio, productividad laboral, políticas públicas, costos e innovación tecnológica se relacionan con el proceso de exportación de café del municipio de Xicotepec, Puebla al mercado estadounidense.

Etimológicamente metodología significa tratado del método, y método significa ir a lo largo del (buen) camino, es decir, forma y manera de proceder en cualquier dominio, y de ordenar la actividad a un fin (Bochenski, 1971). Sierra (1984) distingue dos clases de método: de pensar y de actuar. De acuerdo con Bunge (2006), la metodología es el estudio de los métodos y comenta que la investigación sustancial utiliza métodos, no metodologías. El diccionario de filosofía de Abbagnano (2007), define la metodología como el conjunto de procedimientos metódicos de una o varias ciencias. Por otra parte el diccionario de filosofía de Brugger (2005), conceptualiza la metodología como la investigación científica del método. Sin embargo para Ursúa (1981), metodología no es simplemente una teoría del método, sino un estudio de los diferentes procedimientos de prueba, de técnica, de estrategia y de investigación utilizados en las ciencias de cara a la investigación de lo que se denomina realidad.

CAPÍTULO VII DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tamayo (1999), afirma que el diseño es la estructura a seguir en una investigación, ejerciendo el control de la misma a fin de buscar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de los supuestos e hipótesis - problema.

El problema de la investigación y la hipótesis son los elementos que determinan el tipo de investigación que debe realizarse. Por lo tanto, el diseño de la investigación es un sistema estructurado de pautas o de actividades para asistir y generar resultados de investigación válidos y confiables (Mingers, 2001).

En este sentido deben precisarse las estrategias y los medios que se utilizarán para resolver las preguntas de investigación planteadas en los Fundamentos de la Investigación, abordando principalmente el tipo de investigación, el instrumento para recolectar la información, la escala a utilizar, el tamaño del universo, la muestra, y el procedimiento para el tratamiento de la validez y la confiabilidad del instrumento a emplear para recolectar la información.

Tipo de investigación

De acuerdo con Popper (1967), el método científico consiste básicamente en la formulación de ideas innovadoras y en su sometimiento a las más razonables, rigurosas y eficaces refutaciones posibles, de esta manera señala que el método hipotético-deductivo es una descripción del método científico. Tradicionalmente se consideró que la ciencia partía de la observación de hechos y que de esa observación repetida de fenómenos comparables, se extraían por inducción las leyes generales que gobiernan esos fenómenos. Popper rechaza la posibilidad de elaborar leyes generales a partir de la inducción y sostuvo que en realidad esas leyes generales son hipótesis que formula el científico, y que se utiliza el método deductivo a partir de esas hipótesis de carácter general para elaborar predicciones de fenómenos individuales.

Por otro lado Tamayo (2012), entiende por método científico la suma de los principios teóricos, de las reglas de conducta y de las operaciones mentales y manuales que usaron en el pasado y

hoy siguen usando los hombres de ciencia para generar nuevos conocimientos científicos y plantea que los principales esquemas propuestos sobre este método a través de la historia pueden clasificarse en las siguientes cuatro categorías:

1. *Método inductivo-deductivo.* Para los proponentes de este esquema la ciencia se inicia con observaciones individuales, a partir de las cuales se plantean generalizaciones cuyo contenido rebasa el de los hechos inicialmente observados. Las generalizaciones permiten hacer predicciones cuya confirmación las refuerza y cuyo fracaso las debilita y puede obligar a modificarlas o hasta rechazarlas. El método inductivo-deductivo acepta la existencia de una realidad externa y postula la capacidad del hombre para percibirla a través de sus sentidos y entenderla por medio de su inteligencia. Para muchos partidarios de este esquema, también permite explotarla en nuestro beneficio. Pertenecen a este grupo Aristóteles y sus comentaristas medievales, Francis Bacon, Galileo, Newton, Locke, Herschel, Mill, los empiristas, los positivistas lógicos, los operacionistas y los científicos contemporáneos en general.

2. *Método a priori-deductivo.* De acuerdo con este esquema, el conocimiento científico se adquiere por medio de la captura mental de una serie de principios generales, a partir de los cuales se deducen sus instancias particulares, que pueden o no ser demostradas objetivamente. Estos principios generales pueden provenir de Dios o bien poseer una existencia ideal, pero en ambos casos son invariables y eternos. Entre los pensadores que han militado en este grupo se encuentran Pitágoras, Platón, Arquímedes, Descartes, Leibniz, Berkeley, Kant (con reservas) y Eddington, los idealistas y la mayor parte de los racionalistas.

3. *Método hipotético-deductivo.* En este grupo caben todos los científicos y filósofos de la ciencia que han postulado la participación inicial de elementos teóricos o hipótesis en la investigación científica, que anteceden y determinan a las observaciones. De acuerdo con este grupo, la ciencia se inicia con conceptos no derivados de la experiencia del mundo que está "ahí afuera", sino postulados en forma de hipótesis por el investigador, por medio de su intuición. Además de generar tales conjeturas posibles sobre la realidad, el científico las pone a prueba, o sea que las confronta con la naturaleza por medio de observaciones y/o experimentos. En este esquema del método científico la inducción no desempeña ningún papel; de hecho es evitada conscientemente por muchos de los miembros de este grupo. Aquí se

encuentran Hume, Whewell, Kant (con reservas), Popper, Medawar, Eccles y otros científicos y filósofos contemporáneos.

4. *No hay tal método.* Dentro del grupo de pensadores que niegan la existencia de un método científico se pueden distinguir dos tendencias: por un lado, están los que afirman que el estudio histórico nunca ha revelado un grupo de reglas teóricas o prácticas seguidas por la mayoría de los investigadores en sus trabajos, sino todo lo contrario; por el otro lado, se encuentran los que señalan que si bien en el pasado pudo haber habido un método científico, su ausencia actual se debe al crecimiento progresivo y a la variedad de las ciencias, lo que ha determinado que hoy existan no uno sino muchos métodos científicos. El mejor y más sobresaliente miembro de la primera tendencia es Feyerabend, mientras que en la segunda se encuentran varios de los biólogos teóricos, como Ayala, Dobshansky y Mayr, así como algunos de los racionalistas contemporáneos.

Esta investigación utiliza el método científico, con un diseño no experimental, un alcance exploratorio, descriptivo y correlacional; el método que se aplica es el hipotético-deductivo, ya que consiste en realizar una observación del fenómeno a estudiar, crear una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducir de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificar o comprobar la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Por otra parte tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo, porque se plantean preguntas para medir las actitudes y se establecen escalas numéricas para responderlas, el empleo combinado en una investigación puede contribuir a controlar y corregir los sesgos propios de cada método (Rivas, 2004).

Diseño del instrumento

Los métodos de recolección de datos, se pueden definir como el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación (Briones, 2008).

Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí (Hernández et al, 1997):

a) *Seleccionar un instrumento de medición* de los disponibles en el estudio del comportamiento o desarrollar uno (el instrumento de recolección de los datos). Este instrumento debe ser válido y confiable, de lo contrario sus resultados no serían útiles.

b) *Aplicar ese instrumento de medición*. Es decir, obtener las observaciones y mediciones de las variables que son de interés para el estudio (medir variables).

c) *Preparar las mediciones obtenidas* para que puedan analizarse correctamente (a esta actividad se le denomina *codificación de los datos*).

Las principales técnicas de recolección de datos son:

Observación

Albert (2007), señala que se trata de una técnica de recolección de datos que tiene como propósito explorar y describir ambientes, implica adentrarse en profundidad, en situaciones sociales y mantener un rol activo, pendiente de los detalles, situaciones, sucesos, eventos e interacciones.

Por su parte, Taylor y Bogdan (2000), explican que en la observación será necesario tener en cuenta dos aspectos importante que pueden influir en el resultado obtenido tras la misma, es el ocultamiento y la intervención. En el ocultamiento el individuo observado puede percatarse de la presencia del observador y distorsionar la conducta. La intervención denota el grado en que el investigador, a diferencia de un observador pasivo, estructura el ámbito de observación en respuesta a las necesidades del estudio.

La realización de observaciones requiere de una preparación previa que garantice su eficacia y para ello se debe elaborar un plan en el cual se precisen los aspectos esenciales motivos de estudio, como son (Castellanos, 2003):

- Objeto de la observación.
- Objetivo de la observación.
- Tiempo total y frecuencia de las observaciones.
- Cantidad de observaciones.
- Tipo o tipos de observación que se utilizarán.
- Definición o aspectos que han de observarse y los indicadores cualitativos para la valoración de los distintos aspectos.

La ventaja fundamental de la observación radica que el fenómeno se investiga directamente y se puede apreciar el proceso de su desarrollo.

Entrevista

La entrevista es la técnica de comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Son encuestas con estructura más libre, contempla los asuntos que el entrevistador debe averiguar con sus instrucciones. Esta técnica es útil en distintos momentos de la investigación, fundamentalmente al inicio, cuando el investigador realiza entrevistas para efectuar una exploración preliminar del fenómeno estudiado (Castellanos, 2003). La realización de la entrevista supone la elaboración de un plan determinado en el que se incluyen los aspectos que habrán de tratarse, así como una guía de preguntas ajustadas al plan.

Encuesta

Es la técnica que utiliza como instrumento un cuestionario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investigador o consultado llena por sí mismo. Es un instrumento consistente en una serie de preguntas a las que contesta el mismo encuestado, por lo que este documento escrito es realizado sin la intervención del investigador. El cuestionario puede aplicarse a grupos o individuos, pudiendo estar o no presente el investigador o el responsable de recoger la información, ya que ésta puede enviarse por correo a los destinatarios seleccionados en la muestra (Pineda, 1986).

El adecuado diseño de las técnicas instrumentales y experimentales garantiza una buena recolección de datos. Los datos pueden obtenerse de dos fuentes (Castellanos, 2003):

Los datos primarios o información primaria, que son los datos obtenidos mediante técnicas instrumentales y experimentales.

- Las técnicas instrumentales son muy utilizadas en investigaciones de carácter social, las más utilizadas son las entrevistas y los cuestionarios.
- Las técnicas experimentales son más aplicadas en las Ciencias Técnicas y éstas consisten en las determinaciones de una o más variables medidas directamente con instrumentos de medición.

Los datos secundarios o información secundaria, son aquellos obtenidos mediante aquella información que se integran con toda la información escrita del tema, o sea la obtenida de los trabajos relacionados directamente con la temática que han sido resueltos anteriormente, y que se obtienen por lo tanto mediante documentos primarios y secundarios.

Los datos primarios y secundarios están encadenados indisolublemente: todo dato secundario ha sido primario en sus orígenes y todo dato primario, a partir del momento en que el investigador concluye su trabajo se convierte en dato secundario para los demás.

El instrumento de medición que se utilizará para llevar a cabo las observaciones será la encuesta. Esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para la obtención de información. De esta manera, las encuestas pueden realizarse para que el sujeto encuestado plasme por sí mismo las respuestas en el papel. El cuestionario será diseñado para evaluar las seis variables independientes y será contestado de manera independiente por cada productor. El cuestionario consistirá en preguntas cerradas, ya que éstas pueden ser procesadas más fácilmente y su codificación se facilita. Se planea realizar primero un estudio piloto y así obtener las posibles opciones para las respuestas de una manera más confiable.

7.2 ESCALA DE MEDICIÓN

Buscando obtener la mayor exactitud en los resultados del cuestionario se hace necesario medir de cierta forma los hechos y manifestaciones que se presentan. En términos metodológicos, la medición consiste sustancialmente en una observación cuantitativa, atribuyendo un número a determinadas características o rasgos del hecho o fenómeno observado (Ander-Egg, 1994).

La medición requiere de cuatro elementos: el *mesurandum*, el concepto cuantitativo, una escala conceptual y material y una unidad de medición (Bunge, 1975):

- El *mesurandum* se refiere a la propiedad del sistema concreto que se medirá.
- El concepto cuantitativo del *mesurandum* es la magnitud que representa la propiedad objetiva.
- Escala conceptual y escala material. En ellas se puede registrar o medir la magnitud.
- Unidad de medición, que es propia de algún sistema de unidades coherente.

En ciencias sociales es muy frecuente la realización de investigaciones basadas en la actitud del sujeto de estudio. El término actitud, según Ander-Egg (1994) designa un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia, que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones. La medición de la actitud puede realizarse con diferentes escalas que pueden ser clasificadas de la siguiente manera:

- Escalas de ordenación.
- Escalas de intensidad.
- Escalas de distancia social de Borgadus.
- Escalas de Thurstone.
- Escala tipo Likert.
- Escalograma de Guttman.

Para construir una escala se requiere de una serie de procedimientos, mediante los cuales se seleccionan *ítems* y se les adjudican números, los que expresan la intensidad con la cual un

sujeto o grupo de sujetos califican la variable de estudio. Por lo tanto, las actitudes medidas por las escalas deben interpretarse en términos analíticos no como hechos, sino como síntomas (Padua, 1996).

7.3 ESCALA TIPO LIKERT

En esta investigación se utilizará una escala tipo Likert, la cual es en estricto sentido, una medición ordinal, la cual consiste en un conjunto de *ítems* presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el sujeto obtiene una puntuación total sumando las puntuaciones obtenidas en relación a todas las afirmaciones (Hernández et al, 1999).

Kerlinger dice que la escala Likert es un conjunto de preguntas acerca de las actitudes, que tienen todas ellas el mismo valor y en la cual los individuos pueden responder en forma gradual de “acuerdo o desacuerdo” (Kerlinger, 1997). En la actualidad, la escala original se ha extendido a la aplicación en preguntas y observaciones. A veces se acorta o incrementa el número de categorías en este tipo de escala, pero debe ser siempre el mismo para todos los *ítems* y en cada escala se considera que todos los *ítems* tienen igual peso.

El método de selección y construcción de la escala se orienta a la utilización de los *ítems* que son definitivamente favorables o desfavorables con relación al objeto de estudio. De manera que si la dirección es favorable la puntuación va de 5, 4, 3, 2, 1, y si es desfavorable la puntuación se revierte, es decir, 1, 2, 3, 4, 5 (Hernández et al, 1999).

La escala de tipo Likert es aditiva; las puntuaciones se obtienen sumando los valores obtenidos en cada pregunta obtenida en el cuestionario, recordando que el número de categorías de respuesta es el mismo para todas las preguntas. En una escala de tipo Likert, el puntaje máximo es igual al número de *ítems* multiplicado por el puntaje mayor en cada alternativa de respuesta, mientras que el puntaje mínimo es el resultado del número de *ítems* multiplicado por el puntaje menor de las alternativas de respuesta (Padua, 1996).

Codificación de las respuestas del instrumento aplicado

Con los datos obtenidos, se procedió a clasificar los ítems asociados a las variables analizadas, para posteriormente efectuar la ponderación definitiva en las alternativas de respuesta, esto con la finalidad de establecer la escala de valores y los rangos.

Cuadro 7.1 Valores asociados a las respuestas tipo Likert.

Variable/Valor	1	2	3	4	5
Calidad	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
	Nada	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Productividad laboral	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
Precio	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
	Nada	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Subsidios gubernamentales	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
	Nada	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Costos	Muy elevados	Elevados	Regular	Poco elevados	Nada elevados
	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
Innovación	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
	Nada	Bajo	Regular	Alto	Muy alto

Fuente: Elaboración propia, 2014.

En esta investigación se utilizan tres tipos de escala:

1. Escala global para determinar las variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec a Estados Unidos.

La escala para los resultados de esta investigación está formada con cinco rangos y con el número total de preguntas que contiene el cuestionario 32, multiplicado por el valor máximo que es 5, y el valor mínimo que es 1, es igual a $160-32=128/5=25.6$, de acuerdo a lo anterior la escala queda conformada de la siguiente manera.

Cuadro 7.2 Escala tipo Likert para los resultados generales de la investigación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
32	57.6	83.6	108.8	134.4	160

Fuente: Elaboración propia, 2014.

2. Escala para medir cada una de las variables.

La escala para obtener los resultados por variable se formó con el número de preguntas de cada variable en este caso las variables calidad, productividad laboral, subsidios gubernamentales y costos tienen el mismo número de ítems, por lo tanto la escala es la misma. Siendo cinco preguntas, cinco el valor máximo y uno el valor mínimo, esto es igual a $25-5=20/5=4$.

Cuadro 7.3 Escala para los resultados de las variables calidad, productividad laboral, apoyos gubernamentales y costos.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
5	9	13	17	21	25

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Por otra parte las variables precio e innovación tienen el mismo número de ítems, por lo tanto la escala es la misma. Siendo seis preguntas, cinco el valor máximo y uno el valor mínimo, esto es igual a $30-6=24/5=4.8$.

Cuadro 7.4 Escala para los resultados de las variables precio e innovación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
5	9	13	17	21	25

Fuente: Elaboración propia, 2014.

3. Escala para medir cada una de las dimensiones

Los puntajes máximos y mínimos de cada dimensión dependen del número de ítems manejados en cada una de ellas. Como cada pregunta se puede cuantificar con un máximo de 5 puntos, el valor más alto que se alcanza es de 5 y el mínimo es de 1 punto, su representación es la siguiente:

Cuadro 7.5 Escala para los resultados por dimensión.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
1	1.8	2.6	3.4	4.2	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

7.4 POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Selítiz, 1974). La muestra suele ser definida como un subgrupo de la población (Sudman, 1976). Para seleccionar la muestra deben delimitarse las características de la población.

De acuerdo con datos de Sanidad Vegetal, (2014), en este caso de estudio se considera una población que comprende 3000 productores de café.

Flores, (2007) señala que, una vez conocido el universo de estudio, se define el tamaño de la muestra a considerar, basada en la siguiente ecuación de cálculo de tamaño de muestra al estimar la proporción finita.

$$n = \frac{P(1 - P)}{Z^2 \frac{E^2}{N}}$$

Donde:

n= número de elementos de la muestra.

Z= número de unidades de desviación estándar en la distribución normal, que producirá el grado de confianza.

P= proporción de la población que posee la característica de interés.

E= error, o máxima diferencia entre la proporción muestral y la proporción de la población que está dispuesta a aceptar en el nivel de confianza señalado.

N= tamaño de la población

En la muestra representativa que se seleccionó, se estableció un nivel máximo de confianza del 95% y un nivel máximo de error del 5%.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{((0.05)^2/(1.96)^2)+(0.5(1-0.5)/3000)} = \frac{0.25}{0.0007341038456} = 340.5512742 = 341$$

Una vez aplicada la fórmula se tiene una muestra de 341 productores a los cuales se les aplicará la encuesta.

7.5 PRUEBLA PILOTO

Se realizó la prueba piloto del cuestionario, el cual se aplicó a 24 agricultores; las observaciones que se obtuvieron de esta primera parte son, en primer lugar, al 90% de los cafeticultores se les dificultó la comprensión del cuestionario debido al lenguaje técnico que se utiliza en él, además la cantidad de preguntas fue excesiva para ellos. Por otro lado se encontraron preguntas repetitivas, hubo también preguntas demasiado confusas en cuanto a la redacción y respuestas que no coincidían con la pregunta planteada. Con base a lo anterior se realizaron las modificaciones correspondientes.

7.6 CUESTIONARIO FINAL

La aplicación del cuestionario final se llevó a cabo de manera personal a los productores de café del municipio de Xicotepec, Juárez Puebla, los cuales cuentan con una amplia experiencia en el cultivo de café. El tiempo de duración de cada encuesta dependió principalmente del nivel educativo de los productores.

La estructura del este instrumento de medición es la siguiente:

- Cinco preguntas se enfocan a la variable calidad, abarcando dimensiones: normas, control y producción.
- Cinco preguntas describen a la variable productividad laboral, incluyendo dimensiones: rendimiento, capacitación, disponibilidad y organización.
- Seis preguntas examinan la variable precio con dimensiones: precio de venta y mercado.
- Cinco preguntas engloban la variable de políticas públicas, conteniendo dimensiones: gestión, créditos y financiamiento, subsidios y programas de apoyo.
- Cinco preguntas comprenden la variable costos con dimensiones: comercialización y producción.
- Seis preguntas describen la variable innovación, abarcando dimensiones: asistencia técnica, nuevas tecnologías y procesos e inversión.

7.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El principal objetivo de una escala es determinar el valor de una variable de forma tan precisa como sea posible. Con ello se muestra su utilidad y por ende, su calidad. Para garantizar la precisión de la medida es necesaria la validación formal (Kane, 2001). Dentro del proceso de validación se tiene dos componentes para que una escala cumpla su objetivo: el primero es la validez, que indica si la cuantificación es exacta y, el segundo es la confiabilidad, que alude a si el instrumento mide lo que dice medir y si esta medición es estable en el tiempo (Gliner, Morgan y Harmon, 2001). Tanto la validez y la confiabilidad son conceptos interdependientes, pero no son equivalentes. Un instrumento puede ser consistente (tener una gran confiabilidad), pero no

ser válido; por eso las dos propiedades deben ser evaluadas simultáneamente siempre que sea posible (Nelson, 1991).

Confiabilidad

Según la teoría clásica, la confiabilidad se define como el grado en que un instrumento de varios ítems mide consistentemente una muestra de la población (Gliner, Morgan y Harmon, 2001). La medición consistente se refiere al grado en que una medida está libre de errores. El coeficiente de confiabilidad se expresa con la letra r e indica la fuerza de la asociación. El valor r varía entre -1 y $+1$, un valor de 0 indica que no existe relación entre los dos puntajes, mientras que un valor cercano a -1 o a $+1$ indica una relación muy cercana, negativa o positiva, respectivamente. Un valor positivo indica que las personas con puntaje alto en una primera aplicación de la escala también puntuarán alto durante la segunda ocasión (Cronbach y Meehl, 1955). Una confiabilidad negativa indica un error en el cálculo o una terrible inconsistencia de la escala (Krus y Helmstadter, 1993).

Existen tres formas básicas de medir la confiabilidad y todas buscan determinar la proporción de la varianza en una escala. Fundamentalmente, correlacionan los puntajes obtenidos por una escala con los resultados de la reproducción: la confiabilidad prueba re prueba (test retest), la sensibilidad al cambio (considerada, igualmente, como parte de la validez) y la consistencia interna (para la determinación sólo necesita una aplicación del instrumento) (Blacker y Endicott, 2002).

Coefficiente alfa de Cronbach

El coeficiente alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach (Cronbach, 1951). Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (Bland y Altman, 2002). En otras palabras, el alfa de Cronbach es el promedio de las correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento (Streiner, 2003). También se puede concebir este coeficiente como la medida en la cual algún constructo, concepto o factor medido está presente en cada ítem. Generalmente, un grupo de ítems que explora un factor común muestra un elevado valor de alfa de Cronbach (Cortina, 1993).

La popularización del coeficiente alfa de Cronbach se debe a la practicidad de su uso, ya que requiere una sola administración de la prueba. Además, tiene la ventaja de corresponder a la media de todos los posibles resultados de la comparación que se hace en el proceso de dividir en mitades una escala (Kwok y Sharp, 1998).

La forma más sencilla de calcular el valor del alfa de Cronbach es multiplicar el promedio de todas las correlaciones observadas en los ítems por el número de ítems que componen una escala, y luego dividir el producto entre el resultado de la suma de 1 más el producto de la multiplicación del promedio de todas las correlaciones observadas por el resultado de la resta de 1 al número de ítems: $\{a = n \cdot p / 1 + p(n-1)\}$, donde n es el número de ítems y p es el promedio de todas las correlaciones (Hernández, Fernández y Baptista, 1998).

Como criterio general, George y Mallery (2003), sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente.
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno.
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable.
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre.
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

En este caso la confiabilidad del instrumento de medición se obtuvo por medio del coeficiente alfa de Cronbach con el programa SPSS, el resultado se muestra en la siguiente tabla.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	32

De acuerdo a George y Mallery (2003), la confiabilidad del instrumento de medición es aceptable.

7.8 OBTENCION DE DATOS

Los datos obtenidos en los cuestionarios se procesaron en los programas Excel y SPSS. El análisis estadístico que se aplicó en esta investigación es: distribución de frecuencias, medidas de tendencia central, coeficiente de correlación de Pearson (r) y coeficiente de determinación (r^2).

7.9 PROCESAMIENTO DE LAS VARIABLES

En esta investigación se buscó determinar las variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec por parte de los productores a Estados Unidos. El procesamiento estadístico para su análisis se logró con base a los resultados arrojados de la matriz de datos de las encuestas aplicadas a los productores (ver anexo 3).

7.9.1 Procesamiento de variable dependiente.

La siguiente tabla muestra los resultados de la variable competitividad en términos de sus medidas de tendencia central.

Tabla 7.1 Medidas de tendencia central de la variable dependiente competitividad exportadora.

Media	97.68
Mediana	97
Moda	98
Desviación estándar	6.775
Varianza	45.905
Simetría	.653
Error estándar de simetría	.132
Curtosis	.636
Error estándar de curtosis	0.263
Rango	40
Valor mínimo	82
Valor máximo	122
Suma	33310

Fuente: Elaboración propia, 2014.

En la tabla anterior se observa un valor mínimo de 82 y un valor máximo de 122. La media es de 97.68, de la misma manera una moda de 98 y la mediana de 97 datos que no se alejan del valor promedio.

La distribución de frecuencias de la variable competitividad exportadora fue:

Tabla 7.2 Distribución de frecuencias de la variable dependiente competitividad exportadora.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
82	1	.3	.3	.3
85	3	.9	.9	1.2
86	5	1.5	1.5	2.6
87	12	3.5	3.5	6.2
88	6	1.8	1.8	7.9
89	8	2.3	2.3	10.3
90	7	2.1	2.1	12.3
91	15	4.4	4.4	16.7
92	15	4.4	4.4	21.1
93	14	4.1	4.1	25.2
94	28	8.2	8.2	33.4
95	24	7.0	7.0	40.5
96	16	4.7	4.7	45.2
97	21	6.2	6.2	51.3
98	36	10.6	10.6	61.9
99	18	5.3	5.3	67.2
100	18	5.3	5.3	72.4
101	14	4.1	4.1	76.5
102	8	2.3	2.3	78.9
103	11	3.2	3.2	82.1
104	14	4.1	4.1	86.2
105	5	1.5	1.5	87.7
106	5	1.5	1.5	89.1
107	8	2.3	2.3	91.5
108	4	1.2	1.2	92.7
109	3	.9	.9	93.5
110	4	1.2	1.2	94.7
111	3	.9	.9	95.6
112	3	.9	.9	96.5
113	3	.9	.9	97.4
114	1	.3	.3	97.7
115	3	.9	.9	98.5
116	2	.6	.6	99.1
117	1	.3	.3	99.4
120	1	.3	.3	99.7
122	1	.3	.3	100.0
Total	341	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.2 refleja las frecuencias de las respuestas, como se aprecia de los 341 productores 36 repitieron un puntaje de 98.

7.9.2 Procesamiento de las variables independientes.

El objetivo general de la investigación es determinar la influencia de las variables independientes calidad, productividad laboral, precio, subsidios gubernamentales, costos e innovación en la variable dependiente competitividad exportadora de café de Xicotepec por parte de los productores a EE.UU.

La tabla 7.3 muestra los resultados del análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del cuestionario.

Tabla 7.3 Medidas de tendencia central de las variables independientes.

	Calidad	Productividad laboral	Precio	Apoyos gubernamentales	Costos	Innovación
Media	17.84	16.03	18.55	13.38	14.88	17.02
Mediana	18.00	16.00	19.00	13.00	15.00	17.00
Moda	19	15	18	14	15	17
Desviación estándar	1.944	2.187	1.954	2.159	2.164	2.403
Varianza	3.779	4.785	3.819	4.660	4.685	5.776
Simetría	-.214	0.48	-.018	.003	-.166	.078
Error estándar de simetría	.132	.132	.132	.132	.132	.132
Curtosis	-.228	-.121	-.007	-.161	-.241	-.063
Error estándar de curtosis	.263	.263	.263	.263	.263	.263
Rango	12	13	11	12	12	14
Valor mínimo	12	9	13	7	8	10
Valor máximo	24	22	24	19	20	24
Suma	6082	5465	6324	4563	5073	5803

Fuente: Elaboración propia, 2014.

En la tabla anterior se muestran las medidas de tendencia central de cada una de las variables independientes, como se puede observar tanto la moda como la mediana no están alejadas de la media. En términos estadísticos los datos tienden a ser simétricos a excepción de la variable

calidad, en la cual existe una simetría negativa o a la izquierda, es decir, la mayoría de los datos se encuentran por debajo de la media aritmética.

Los resultados obtenidos de frecuencias de respuestas que los productores emitieron con relación a las variables independientes son los siguientes:

Tabla 7. 4 Distribución de frecuencias de la variable independiente de calidad.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
12	1	.3	.3	.3
13	3	.9	.9	1.2
14	13	3.8	3.8	5.0
15	28	8.2	8.2	13.2
16	38	11.1	11.1	24.3
17	59	17.3	17.3	41.6
18	62	18.2	18.2	59.8
19	68	19.9	19.9	79.8
20	45	13.2	13.2	93.0
21	20	5.9	5.9	98.8
22	3	.9	.9	99.7
24	1	.3	.3	100.0
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.4 refleja las frecuencias de las respuestas, como se aprecia de los 341 agricultores 68 repitieron un puntaje de 19.

Tabla 7.5 Distribución de frecuencias de la variable independiente de productividad laboral.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
9	1	.3	.3	.3
11	4	1.2	1.2	1.5
12	13	3.8	3.8	5.3
13	23	6.7	6.7	12.0
14	36	10.6	10.6	22.6
15	67	19.6	19.6	42.2
16	63	18.5	18.5	60.7
17	50	14.7	14.7	75.4
18	35	10.3	10.3	85.6
19	28	8.2	8.2	93.8
20	14	4.1	4.1	97.9
21	6	1.8	1.8	99.7
22	1	.3	.3	100.0
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.5 indica las frecuencias de las respuestas, como se muestra de los 341 agricultores 67 repitieron un puntaje de 15.

Tabla 7.6 Distribución de frecuencias de la variable independiente de precio.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
13	1	.3	.3	.3
14	6	1.8	1.8	2.1
15	17	5.0	5.0	7.0
16	23	6.7	6.7	13.8
17	47	13.8	13.8	27.6
18	76	22.3	22.3	49.9
19	66	19.4	19.4	69.2
20	54	15.8	15.8	85.0
21	28	8.2	8.2	93.3
22	16	4.7	4.7	97.9
23	5	1.5	1.5	99.4
24	2	.6	.6	100.0
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.6 refleja las frecuencias de las respuestas, como se aprecia de los 341 agricultores 76 repitieron un puntaje de 18.

Tabla 7.7 Distribución de frecuencias de la variable independiente de apoyos gubernamentales.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
7	1	.3	.3	.3
8	3	.9	.9	1.2
9	6	1.8	1.8	2.9
10	23	6.7	6.7	9.7
11	29	8.5	8.5	18.2
12	58	17.0	17.0	35.2
13	55	16.1	16.1	51.3
14	68	19.9	19.9	71.3
15	41	12.0	12.0	83.3
16	30	8.8	8.8	92.1
17	17	5.0	5.0	97.1
18	8	2.3	2.3	99.4
19	2	.6	.6	100.0
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.7 muestra las frecuencias de las respuestas, como se observa de los 341 agricultores 68 repitieron un puntaje de 14.

Tabla 7.8 Distribución de frecuencias de la variable independiente de costos.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
8	1	.3	.3	.3
9	1	.3	.3	.6
10	6	1.8	1.8	2.3
11	13	3.8	3.8	6.2
12	27	7.9	7.9	14.1
13	42	12.3	12.3	26.4
14	53	15.5	15.5	41.9
15	62	18.2	18.2	60.1
16	58	17.0	17.0	77.1
17	37	10.9	10.9	88.0
18	27	7.9	7.9	95.9
19	12	3.5	3.5	99.4
20	2	.6	.6	100
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

En la tabla 7.8 se observan las frecuencias de las respuestas, como se aprecia de los 341 agricultores 62 repitieron un puntaje de 15.

Tabla 7.9 Distribución de frecuencias de la variable independiente de innovación.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10	1	.3	.3	.3
11	3	.9	.9	1.2
12	6	1.8	1.8	2.9
13	8	2.3	2.3	5.3
14	29	8.5	8.5	13.8
15	49	14.4	14.4	28.2
16	49	14.4	14.4	42.5
17	59	17.3	17.3	59.8
18	41	12.0	12.0	71.8
19	43	12.6	12.6	84.5
20	27	7.9	7.9	92.4
21	17	5.0	5.0	97.4
22	5	1.5	1.5	98.8
23	2	.6	.6	99.4
24	2	.6	.6	100.0
Total	341	100	100	

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla 7.9 refleja las frecuencias de las respuestas, como se aprecia de los 341 agricultores 59 repitieron un puntaje de 17.

7.9.3 Correlación de Pearson

El coeficiente de correlación de Pearson es una prueba estadística que se utiliza para medir la fuerza la fuerza o grado de asociación entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta (Restrepo y González, 207).

El coeficiente de correlación de Pearson (r), se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables. Se relacionan las puntuaciones obtenidas de una variable con las puntuaciones obtenidas de otra variable, en los mismos sujetos (Hernández et al, 2010).

Sus valores varían de +1.00 que quiere decir correlación positiva perfecta; a través del cero que significa independencia completa o ausencia de correlación, hasta -1.00 que es una correlación perfecta negativa (Padua, 1996).

A continuación se ilustra la interpretación de los grados de correlación de acuerdo a Guilford (1954).

Positiva			Negativa	
$0 \leq r_{xy} < 0.20$	\longleftrightarrow	Muy baja	\longleftrightarrow	$0 \geq r_{xy} > -0.20$
$0.20 \leq r_{xy} < 0.40$	\longleftrightarrow	Baja	\longleftrightarrow	$-0.20 \geq r_{xy} > -0.40$
$0.40 \leq r_{xy} < 0.60$	\longleftrightarrow	Media	\longleftrightarrow	$-0.40 \geq r_{xy} > -0.60$
$0.60 \leq r_{xy} < 0.80$	\longleftrightarrow	Alta	\longleftrightarrow	$-0.60 \geq r_{xy} > -0.80$
$0.80 \leq r_{xy} < 1$	\longleftrightarrow	Muy alta	\longleftrightarrow	$-0.80 \geq r_{xy} > -1$

La tabla 7.10 muestra las correlaciones de Pearson entre las variables utilizadas en esta investigación:

Tabla 7.10 Coeficiente de correlación de Pearson.

Variable	Calidad	Productividad laboral	Precio	apoyos gubernamentales	Costos	Innovación	Competitividad exportadora
Calidad	1.000						
Productividad laboral	0.115	1.000					
Precio	0.054	0.156	1.000				
Apoyos gubernamentales	0.039	0.051	0.172	1.000			
Costos	0.100	0.081	0.150	0.093	1.000		
Innovación	0.229	0.247	0.156	0.135	0.199	1.000	
Competitividad exportadora	0.465	0.530	0.512	0.473	0.518	0.652	1.000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La tabla anterior muestra que existe correlación positiva tanto de la variable dependiente con las independientes como entre las variables independientes.

El coeficiente de determinación mide la proporción de la variación de la variable dependiente “Y” que es explicado por la variable independiente “X” y se obtiene al elevar al cuadrado el

coeficiente de correlación de Pearson. En la tabla 7.11 se observa el coeficiente de determinación de esta investigación.

Tabla 7.11 Coeficiente de determinación.

Variable	Calidad	Productividad d laboral	Precio	apoyos gubernamentales	Costos	Innovación	Competitividad exportadora
Calidad	1.000						
Productividad laboral	0.013	1.000					
Precio	0.003	0.024	1.000				
Apoyos gubernamentales	0.002	0.003	0.030	1.000			
Costos	0.010	0.007	0.023	0.009	1.000		
Innovación	0.052	0.061	0.024	0.018	0.040	1.000	
Competitividad exportadora	0.216	0.281	0.263	0.224	0.268	0.425	1.000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Como se observa en la tabla 7.11 la variación de la variable dependiente de competitividad exportadora que es explicada por las variables independientes calidad, productividad laboral, precio, apoyos gubernamentales, costos e innovación es poco significativa.

7.9.4 Prueba de hipótesis

Para la prueba de hipótesis se utilizó la prueba t , que consiste en una prueba de hipótesis univariada que utiliza la distribución t y se utiliza para examinar hipótesis sobre medias poblacionales, para ello se utiliza la fórmula siguiente (Malhotra, 2008):

$$t = \frac{(\bar{X} - \mu)}{s/\sqrt{n}}$$

Donde:

\bar{X} = Media muestral (estadística)

μ = Media poblacional

s = desviación estándar

n = número de observaciones.

Las hipótesis formuladas quedaron de la siguiente manera:

Calidad

H₀: la media para la variable independiente calidad con un puntaje máximo de 25 es menor o igual a 12.5.

H_i: la media para la variable independiente calidad con un puntaje máximo de 25 es mayor a 12.5.

Productividad laboral

H₀: la media para la variable independiente productividad laboral con un puntaje máximo de 25 es menor o igual a 12.5.

H_i: la media para la variable independiente calidad con un puntaje máximo de 25 es mayor a 12.5.

Precio

H₀: la media para la variable independiente precio con un puntaje máximo de 30 es menor o igual a 15.

H_i: la media para la variable independiente precio con un puntaje máximo de 30 es mayor a 15.

Apoyos gubernamentales

H₀: la media para la variable independiente apoyos gubernamentales con un puntaje máximo de 25 es menor o igual a 12.5.

H_i : la media para la variable independiente apoyos gubernamentales con un puntaje máximo de 25 es mayor a 12.5.

Costos

H_o : la media para la variable independiente costos con un puntaje máximo de 25 es menor o igual a 12.5.

H_i : la media para la variable independiente costos con un puntaje máximo de 25 es mayor a 12.5.

Innovación

H_o : la media para la variable independiente innovación con un puntaje máximo de 30 es menor o igual a 15.

H_i : la media para la variable independiente innovación con un puntaje máximo de 30 es mayor a 15

Tabla 7.12 Prueba de hipótesis univariada.

Variable	Hipótesis	Estadísticos descriptivos	Solución estadística	Si t estimado $>$ t crítico se rechaza H_0 .
Calidad	$H_0 = \mu \leq 12.5$	Media = 17.84	$t = \frac{(17.84 - 12.5)}{1.944/\sqrt{341}} = 50.725$	$t = 50.725 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 12.5$	$s = 1.944$	$1.944/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0
Productividad laboral	$H_0 = \mu \leq 12.5$	Media = 16.03	$t = \frac{(16.03 - 12.5)}{2.187/\sqrt{341}} = 29.805$	$t = 29.805 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 12.5$	$s = 2.187$	$2.187/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0
Precio	$H_0 = \mu \leq 15.0$	Media = 18.55	$t = \frac{(18.55 - 15)}{1.954/\sqrt{341}} = 33.549$	$t = 33.549 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 15.0$	$s = 1.954$	$1.954/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0
Apoyos gubernamentales	$H_0 = \mu \leq 12.5$	Media = 13.38	$t = \frac{(13.38 - 12.5)}{2.159/\sqrt{341}} = 7.526$	$t = 7.526 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 12.5$	$s = 2.159$	$2.159/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0
Costos	$H_0 = \mu \leq 12.5$	Media = 14.88	$t = \frac{(14.88 - 12.5)}{2.164/\sqrt{341}} = 20.309$	$t = 20.309 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 12.5$	$s = 2.164$	$2.164/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0
Innovación	$H_0 = \mu \leq 15.0$	Media = 17.02	$t = \frac{(17.02 - 15)}{2.403/\sqrt{341}} = 15.522$	$t = 15.522 > t = 1.649$
	$H_1 = \mu > 15.0$	$s = 2.403$	$2.403/\sqrt{341}$	por lo tanto se rechaza
	$\alpha = 0.05$		$t_{\alpha, n-1} = t_{0.05; 340} = 1.649$	H_0

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación de campo, 2014.

Como se observa en la tabla anterior hay evidencia estadística para rechazar H_0 en cada una de las variables analizadas.

En este capítulo se dio a conocer el diseño de la investigación, en general la estructura metodológica para la recolección y procesamiento de datos. El siguiente capítulo trata del análisis e interpretación de resultados tanto de la variable dependiente como de las independientes.

CAPÍTULO VIII ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos en los cuestionarios aplicados a los productores de café de Xicotepec, Puebla, con el objetivo de comprobar las hipótesis planteadas inicialmente y contrastarlos en la medida que sea posible con la información estadística obtenida mediante la aplicación del instrumento de medición. La información arrojada se utilizara para llegar finalmente a las conclusiones y recomendaciones pertinentes a esta investigación.

Al respecto, Balestrini (2003), señala que se debe considerar que los datos tienen su significado únicamente en función de las interpretaciones que les da el investigador, ya que de nada servirá abundante información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico. Por lo que se procedió a analizar por separado cada una de las variables sometidas a esta investigación.

8.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

8.1.2 Variable dependiente

Una vez aplicado el cuestionario a los 341 productores de Xicotepec, Puebla, los resultados que se obtuvieron de la variable dependiente competitividad exportadora fueron: con respecto a las medidas de tendencia central (véase tabla 7.1), la media es de 97.8, la mediana tiene un valor de 97 y la moda de 98, las tres medidas se encuentran en el rango de regular competitivo. La desviación estándar es una medida del grado de dispersión de los datos con respecto al valor promedio, en este caso es de 6.775. A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(97.68+6.775)=104.455$ y $(97.68-6.775)=90.905$, esto significa que en el rango de 90.905 a 104.455 es donde se observa el mayor porcentaje de respuestas con un 82.1%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 6.775 es menor a 25.6, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada de la escala.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.2) el valor mínimo de respuestas fue de 82 y el máximo de 122, con una distancia entre ambas de 35 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 45.2% del total de los valores. El resto de los resultados,

es decir, el 54.8% se encuentra de la media hacia arriba ubicándose en el rango regular competitivo de la escala tipo Likert.

El resultado general de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala utilizada es considerado como regular competitivo como se observa en la siguiente tabla.

Cuadro 8.1 Resultados generales de la variable dependiente competitividad exportadora.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
32	57.6	83.6	97.8	108.8
				134.4
				160

Fuente: Elaboración propia, 2014.

8.1.3 Variables independientes

Calidad

Las medidas de tendencia central para esta variable se muestran en la tabla 7.3. La media es de 17.84, la mediana tiene un valor de 18 y la moda de 19, las tres medidas se encuentran en el rango de competitivo. La desviación estándar es de 1.944. A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(17.84+1.944)=19.784$ y $(17.84-1.944)=15.896$, esto significa que dentro del intervalo de 15.896 a 19.784 es donde se observa el mayor porcentaje de respuestas con un 59.8%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 1.944 es menor a 4, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.4) el valor mínimo de respuestas fue de 12 y el máximo de 24, con una distancia entre ambas de 12 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 24.3% del total de los valores. El resto de los resultados, es decir, el 75.7% se encuentra de la media hacia arriba ubicándose en el rango de competitivo.

El resultado de la variable calidad de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como competitivo como se muestra en la tabla 8.2.

Cuadro 8.2 Resultado de la variable independiente calidad.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
5	9	13	17 17.84	21	25

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Productividad laboral

Las medidas de tendencia central para esta variable se muestran en la tabla 7.3. La media es de 16.03, la mediana tiene un valor de 16 y la moda de 15, las tres medidas se encuentran en el rango de regular competitivo. La desviación estándar es de 2.187. A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(16.03+2.187)=18.217$ y $(16.03-2.187)=13.843$ esto significa que dentro del intervalo de 13.843 a 18.217 es donde se observa el mayor porcentaje de respuestas con un 75.4%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 2.187 es menor a 4, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.5) el valor mínimo de respuestas fue de 9 y el máximo de 22, con una distancia entre ambas de 13 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 42.2% del total de los valores. El resto de los resultados, es decir, el 57.8% se encuentra de la media hacia arriba ubicándose en el rango regular competitivo de la escala utilizada.

El resultado de la variable productividad laboral de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como regular competitivo como se muestra en la tabla 8.3.

Cuadro 8.3 Resultado de la variable independiente productividad laboral.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
5	9	13	16.03 17	21	25

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Precio

Las medidas de tendencia central para esta variable se muestran en la tabla 7.3. La media es de 18.55, la mediana tiene un valor de 19 y la moda de 18, las tres medidas se encuentran en el rango de regular competitivo. La desviación estándar es de 1.954 A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(18.55+19.54)=20.504$ y $(18.55-1.954)=16.596$ esto significa que dentro del intervalo de 16.596 a 20.504 es donde se observa el mayor porcentaje de respuestas con un 69.2%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 1.954 es menor a 4.8, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.6) el valor mínimo de respuestas fue de 13 y el máximo de 24, con una distancia entre ambas de 11 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 27.6% del total de los valores. El resto de los resultados, es decir, el 72.4% se encuentra de la media hacia arriba ubicándose en el rango competitivo regular de la escala utilizada.

El resultado de la variable precio de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como regular competitivo como se muestra en la tabla 8.4.

Cuadro 8.4 Resultado de la variable independiente precio.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
6	10.8	15.6	18.55	20.4
				25.2
				30

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Apoyos gubernamentales

Las medidas de tendencia central para esta variable se muestran en la tabla 7.3. La media es de 13.38, la mediana tiene un valor de 13 y la moda de 14, las tres medidas se encuentran en el rango de regular competitivo. La desviación estándar es de 2.159 A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(13.38+2.159)=15.539$ y $(13.38-2.159)=11.221$ esto significa que dentro del intervalo de 11.221 a 15.539 es donde se observa

el mayor porcentaje de respuestas con un 71.3%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 2.154 es menor a 4, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.7) el valor mínimo de respuestas fue de 7 y el máximo de 19, con una distancia entre ambas de 12 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 35.2% del total de los valores. El resto de los resultados, es decir, el 64.8% se encuentra de la media hacia arriba ubicándose en el rango regular competitivo de la escala tipo Likert.

El resultado de la variable políticas públicas de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala empleada es considerado como regular competitivo como se muestra en la tabla 8.5.

Cuadro 8.5 Resultado de la variable independiente apoyos gubernamentales.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
5	9	13	13.38	17
				21
				25

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Costos

Las medidas de tendencia central para esta variable se muestran en la tabla 7.3. La media es de 14.88, la mediana tiene un valor de 15 y la moda de 15, las tres medidas se encuentran en el rango de regular competitivo. La desviación estándar es de 2.164 A partir de la media hacia ambos lados la dispersión queda de la siguiente manera: $(14.88+2.164)=17.044$ y $(14.88-2.164)=12.716$ esto significa que dentro del intervalo de 12.716 a 17.044 es donde se observa el mayor porcentaje de respuestas con un 77.1%; por otra parte el valor obtenido de la desviación estándar de 2.164 es menor a 4, que es la distancia que hay entre cada respuesta procesada.

En cuanto a la distribución de frecuencias (ver tabla 7.8) el valor mínimo de respuestas fue de 8 y el máximo de 20, con una distancia entre ambas de 12 puntos, los valores que quedaron por debajo de la media representan el 26.4% del total de los valores. El resto de los resultados, es

Cuadro 8.7 Resultado de la variable independiente innovación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
6	10.8	15.6	17.02	20.4	25.2	30

Fuente: Elaboración propia, 2014.

8.1.5 Resultados generales de las dimensiones

En esta sección se darán a conocer los resultados de las dimensiones de cada una de las variables en cuestión. Es importante descomponer las dimensiones para analizar concretamente lo que sucede en el sector cafetalero.

La primera variable que es calidad está compuesta por las dimensiones procesos, normas de calidad y control de calidad.

La dimensión de procesos, tiene una media de 4.35, la cual se encuentra en el rango de muy competitivo como se muestra en el cuadro 8.8.

Cuadro 8.8 Resultado de la dimensión procesos de la variable calidad.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
1	1.8	2.6	3.4	4.2	4.35	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de campo (ver anexo IV), de los 341 productores a los cuales se les aplicó el cuestionario, el 51% nunca ha tenido un rechazo de su producto por no cumplir con la calidad requerida, al 33.1% casi nunca se le ha rechazado su producto y al 15.8% solo a veces se le ha regresado su grano, cabe destacar que las opciones de respuesta con frecuencia y siempre no fueron elegidas. Los datos reflejan que los cafeticultores conocen perfectamente el proceso de producción, como por ejemplo el manejo adecuado del almacigo, la siembra, las prácticas culturales del cultivo entre otros por lo tanto no tienen problemas de esa naturaleza, razón por la cual su producto es aceptado por las comercializadoras ya sea para mercado nacional o internacional.

La siguiente dimensión de la variable calidad es normas de calidad. La media para esta dimensión es de 6.26, la cual se encuentra en el rango de regular competitivo como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 8.9 Resultado de la dimensión normas de calidad de la variable calidad.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
2	3.6	5.2	6.26	6.8
				8.4
				10

Fuente: Elaboración propia, 2014.

En el caso de esta dimensión, al evaluar a los cafeticultores en la parte cognoscitiva de las normas de calidad que exige el mercado estadounidense, el 56% seleccionó la opción de bajo, el 19.1% tiene un conocimiento regular, el 16.7% no tiene noción alguna de las normas requeridas en el mercado meta y solo un 8.2% alto, esto es, de los 341 productores 28 tienen un conocimiento alto de las normas de calidad, por otro lado la opción muy alto no fue elegida. Las normas de calidad para la exportación de café son un conjunto de especificaciones que deben cumplir los cafés y que establecen criterios claros para su adecuada comercialización interna y externa. El análisis realizado demuestra que la mayoría de los agricultores desconocen las normas de calidad establecidas por el mercado estadounidense, lo anterior se debe a la falta de motivación e interés de los propios productores, es de suma importancia que se fortalezca esta parte, ya que es un punto clave para que el grano sea comercializado en dicho mercado.

Por otro lado, a pesar de que la mayoría de los productores desconocen la normas de calidad requeridas en el mercado estadounidense, el 41.9% opina que sus clientes siempre consideran que su grano es de buena calidad, el 30.2% piensa que sus clientes con frecuencia perciben un producto de buena calidad, el 20.5% suponen que sus clientes solo a veces valoran su café como producto de buena calidad y el 7.3% dice que sus clientes casi nunca juzgan al café de la región como de buena calidad. Como se observa la opción de respuesta nunca no fue seleccionada. La conclusión que se obtiene de este análisis es que la mayoría de los agricultores consideran con base a opiniones de sus compradores y de la aceptación de su producto que sus clientes tienen un buen concepto en cuanto a la calidad del grano. Conviene subrayar que la cantidad de café que es rechazado por las comercializadoras que operan en la

región no tiene importancia ya que es insignificante, hay que mencionar, además que son los compradores los que se encargan de seleccionar el grano ya sea para mercado interno o extranjero.

La última dimensión de la variable calidad es control de calidad, la cual tiene una media de 7.23, dato que coloca a esta dimensión en el rango competitivo como lo muestra la tabla siguiente.

Cuadro 8.10 Resultado de la dimensión control de calidad de la variable calidad.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
2	3.6	5.2	6.8	7.23 8.4 10

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Al evaluar la dimensión de control de calidad se encontró que el 56.3% de los productores con frecuencia cuentan con estrictos controles de calidad, el 28.4% solo a veces cuentan con ellos, el 10.3% siempre tienen los controles de calidad requeridos, el 2.9 casi nunca los manejan y solo el 2.9% no le dan importancia a este criterio.

La principal entidad que se encarga de dirigir a los cafecultores en cuestiones de calidad es el Comité Estatal de Sanidad Vegetal del Estado de Puebla (CESAVEP), organismo auxiliar de la SAGARPA así como de la Secretaría de Desarrollo Rural el cual ejecuta programas y campañas fitosanitarias como como el control biológico, cultural y el trampeo. Dicho sector tiene como principal problemática fitosanitaria la broca del café, la cual está presente en toda la superficie cafetalera (CESAVEP, 2015). En el municipio de Xicotepec, Puebla, este organismo está presente y desempeña de manera frecuente las funciones que le corresponden en coordinación con los cafecultores, esto justifica en gran parte que la dimensión control de calidad se encuentre en el rango de competitivo.

Por otra parte a pesar de no conocer las normas de calidad del mercado estadounidense el 46% de los productores encuestados dice que el porcentaje de sus producto que se manda a estados unidos es alto, el 27% piensa que la cantidad de su producto que se va a este mercado es regular, el 13.8% considera que el porcentaje de su producto que llega al mercado

estadounidense es muy alto, el 7.3% menciona que su producto se queda para mercado nacional y el 5.9% opina que es muy baja la cantidad que se manda a EE.UU, en otras palabras, la mayoría de los productores está seguro que su grano llega a mercados extranjeros como EE.UU, la parte restante de agricultores considera que su producto se queda para mercado nacional.

Las siguientes dimensiones pertenecen a la variable productividad laboral y son mano de obra, organización, rendimiento y capacitación. La primera dimensión de productividad laboral es mano de obra la cual obtuvo una media de 8.21 quedando en el rango de competitivo como se refleja en el cuadro 8.11.

Cuadro 8.11 Resultado de la dimensión mano de obra de la variable productividad laboral.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
2	3.6	5.2	6.8	8.4
			8.21	10

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Con respecto a la mano de obra la investigación se enfocó en la disponibilidad de la misma y los resultados al cuestionar sobre la existencia de suficientes trabajadores para realizar las actividades que requiere el cultivo fueron: el 43.1% dice que siempre hay trabajadores disponibles, el 35.8% manifiesta que con frecuencia hay trabajadores desocupados y el 21.1% menciona que solo a veces existe disponibilidad de jornaleros, las opciones de respuesta nunca y casi nunca no fueron seleccionadas. De la misma manera al preguntar por la frecuencia que emplean mano de obra familiar las respuestas fueron como sigue: el 37.8% siempre emplea mano de obra familiar, el 38.1% con frecuencia emplea mano de obra familiar, el 13.2% solo a veces, el 6.7 casi nunca y solo el 4.1 % prescinden de la mano obra familiar.

De acuerdo a datos de AMECAFE (2011), la pulverización de la tenencia de la tierra es muy marcada por lo que el minifundismo prevalece en la posesión de las unidades de producción dedicadas al café; ya que más del 40% de los productores tienen menos de 0.5 has. y el 25% cuenta con un máximo de 1.0 ha. Volviendo al tema en cuestión existe una clara relación entre el número de has. de cada productor y la disponibilidad de mano de obra; teniendo en cuenta la mayoría de los cafecultores poseen menos de una ha. del cultivo de café y que la mayoría

ocupa mano de obra familiar para las prácticas culturales y sobre todo para la recolección del fruto, no es necesario contratar trabajadores para realizar tales actividades ya que con la mano de obra familiar compuesta sobre todo por mujeres y niños es suficiente, en consecuencia siempre hay disponibilidad de mano de obra.

La siguiente dimensión de la variable productividad laboral que se evaluó fue la organización de los productores, el resultado de la media es de 1.61 y se ubica en el rango de nada competitivo como lo indica el cuadro siguiente.

Cuadro 8.12 Resultado de la dimensión organización de la variable productividad laboral.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
1	1.61	1.8	2.6	3.4	4.2	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Al medir esta dimensión se encontró que el 50.1% de los productores nunca han formado parte de ninguna organización, el 39% muy pocas veces han sido parte de alguna organización, y el 10.9% restante solo a veces ha estado en una organización. Las opciones con frecuencia y siempre no fueron seleccionadas.

Una de las principales razones por las cuales los campesinos deciden organizarse es la de fortalecer su capacidad para introducirse a los mercados externos (tanto locales como nacionales e internacionales), por otra parte organizarse no solo se limita a los mercados también ayuda a acceder a insumos tales como semillas, fertilizantes y créditos (Hellin et al, 2007). En el caso del municipio de Xicotepec, Puebla hasta el momento no ha existido una organización que permanezca y sobre todo que fortalezca la comercialización del grano a nivel internacional. Algunas de las razones por las que las organizaciones de que han tratado de implementar fracasan son por un lado la falta de dirigentes verdaderamente representativos y auténticos, sin interferencias políticas o de ventajas personales y por el otro el bajo nivel educativo y la ausencia de motivación por desarrollarse de los cafecultores. Esta falta de iniciativa para formar una organización que obedezca a los intereses personales y colectivos de los agricultores es una gran debilidad que presenta el sector cafetalero en esta región.

La siguiente dimensión es el rendimiento, en estadística descriptiva obtuvo una media de 3.75 y se ubica en el rango competitivo como se observa en el cuadro 8.13.

Cuadro 8.13 Resultado de la dimensión rendimiento de la variable productividad laboral.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4	4.2
			3.75	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta dimensión el 41.6% de los cafeticultores opina que con frecuencia los trabajadores que emplean tienen el rendimiento deseado en sus actividades, el 26.4% menciona que a veces, el 22% considera que siempre, el 9.1% opina que casi nunca y el 0.9% restante que nunca. En general los trabajadores tienen buen desempeño en sus actividades, la causa principal de este resultado está ligada a la mano de obra que se utiliza.

Emplear mano de obra familiar tiene varias ventajas en primer lugar el recurso tierra que tiene cada agricultor para producción de café es relativamente baja por lo que no necesita de otros jornaleros para la producción y cosecha del café, en segundo lugar esta actividad lleva años realizándose por las mismas personas que de cierta manera se especializan en la prácticas que requiere el cultivo y en tercer lugar la actitud es un aspecto muy importante a considerar para el buen desempeño de las actividades realizadas, en este caso los cafeticultores tienen una actitud positiva, el hecho de ser los propietarios de los huertos que trabajan y además con su labor asegurar las necesidades básicas de la familia es motivo para seguir con esta actividad a pesar de las condiciones adversas que se les presentan.

La última dimensión de la variable productividad laboral es la capacitación la cual obtuvo una media de 2.46 con un resultado en la escala de poco competitivo como se refleja en el cuadro 8.14.

Cuadro 8.14 Resultado de la dimensión capacitación de la variable productividad laboral.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
1	1.8	2.46	2.6	3.4	4.2	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Cuando se cuestionó sobre la frecuencia con la que recibe capacitación la mano de obra para mejorar las técnicas de producción y cosecha las respuestas fueron las siguientes: el 35.2% dice que a veces se les brinda capacitación a los trabajadores, el 25.8% respondió que nunca se les proporciona ninguna clase de capacitación, el 21.1% mencionó que casi nunca reciben preparación, el 6.7% expuso que con frecuencia y el 1.2%, es decir, 4 de 341 agricultores contestaron que siempre reciben capacitación. Está claro que los resultados arrojados indican que la capacitación que recibe la mano de obra es solo a unos cuantos; los cafeticultores que pueden dar capacitación a los jornaleros que emplean por lo regular son los que tienen una extensión mayor de tierra sembrada con café y tienen la posibilidad de contratar y pagar mano de obra. Sin embargo como se mencionó anteriormente la mayoría de los agricultores utilizan mano de obra familiar que con los años de experiencia que tienen saben cómo realizar sus actividades y no consideran necesaria la capacitación.

En cuanto a la variable precio se consideraron tres dimensiones, las cuales son precio de venta, mercado y canal de distribución. La primera dimensión es precio de venta la cual tiene una media de 13.06, cayendo en el rango de regular competitivo en la escala como lo muestra el cuadro 8.15.

Cuadro 8.15 Resultado de la dimensión precio de venta de la variable precio.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
4	7.2	10.4	13.06	13.6	16.8	20

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Esta dimensión se enfoca principalmente en el mercado, en la variación del precio y la rentabilidad; en cuanto al mercado los resultados arrojados a cuestionarles si el precio de su producto es determinado por el mercado meta fueron los siguientes: el 83% respondió que

siempre, el 13.5% dijo que con frecuencia y el 3.5% contestó que a veces, las opciones de respuesta casi nunca y nunca no se eligieron. Por otra parte en cuanto a la variación del precio al preguntarles la frecuencia con la que cambia el precio del café el 51.9% se mostró indeciso, el 28.7% dijo que con frecuencia, el 12% contestó que casi nunca y el 7.3% mencionó que siempre, la opción nunca no fue seleccionada. La siguiente pregunta fue la variación del precio cuando si la hay, y las respuestas fueron el 46.6% dijo que bajo, el 46% mencionó que regular y solo el 7.3% contestó que alto, las opciones de muy alto y muy bajo no fueron elegidas. Por último en cuanto a la rentabilidad se refiere la pregunta que se realizó fue si consideraba suficiente el precio que les pagan por su producto y las respuestas fueron las siguientes: el 45.2% piensa que a veces, el 24.3% expresa que casi nunca, el 24% mencionó que nunca y el 6.5% dijo que con frecuencia es suficiente lo que recibe por su producto, la opción de respuesta siempre no fue seleccionada.

Para empezar el hecho de que el precio sea determinado por el mercado meta y los cafeticultores sigan manteniéndose, significa que están produciendo a precios competitivos, teóricamente tienen la capacidad de vender su producto a un precio que les permite cubrir sus costos de producción y obtener una ganancia, en la práctica la explicación a esto es que la mano de obra empleada es familiar y por lo tanto no se ve reflejada en sus costos de producción. En cuanto a la variación del precio los productores se manifestaron indecisos, en este sentido las fluctuaciones en el precio del café se manejan de forma gradual, al inicio de la cosecha el precio pagado al productor es muy bajo, y el incremento final es poco significativo.

La siguiente dimensión de la variable precio es mercado, la media que tiene es de 3.89 y se ubica en el rango competitivo en la escala utilizada como se observa en el cuadro siguiente:

Cuadro 8.16 Resultado de la dimensión mercado de la variable precio.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4 3.89	4.2 5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para medir esta dimensión se preguntó sobre el nivel de participación de su producto en el mercado de EE.UU. y las respuestas fueron: el 46% dijo que su participación es alta, el 28.7%

mencionó que es muy alta, el 14.4% piensa que es regular, el 7% opina que es baja y el 3.8% considera que su producto no tiene participación en el mercado estadounidense. La razón por la cual los cafeticultores opinan que su grano se exporta a EE.UU. es porque empíricamente saben que tiene la calidad que se requiere para este mercado específicamente, además de que el café de esta región así como en todo el estado de Puebla tiene muy poco mercado doméstico por falta de promoción por lo tanto la mayor parte se exporta.

La última dimensión de la variable precio es el canal de distribución, la media que se obtuvo fue de 1.60 por lo que queda en el rango de nada competitivo como lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 8.17 Resultado de la dimensión canal de distribución de la variable precio.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
1	1.60	1.8	2.6	3.4	4.2	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para medir esta dimensión se cuestionó sobre el nivel de intermediación entre productores y mercado meta a lo cual el 55.1% respondió que muy alto, el 32.6% que alto, el 9.4% que regular y el 2.9% dijo que bajo, la opción muy bajo no fue seleccionada. En este sentido los cafeticultores están conscientes de que la comercialización de café se encuentra altamente aquejada por el intermediarismo. El intermediarismo o el coyotaje, permitido por los productores, es uno de los factores que ha ocasionado la baja en el precio del café, al no industrializar el café cereza y transformarlo en pergamino para obtener un valor agregado, el productor es objeto del abuso de los compradores informales establecidos en esta región cafetalera. Es importante destacar que para potencializar la cafecultura en el municipio de Xicotepec, Puebla es necesario eliminar el intermediarismo existente y de esta manera hacer más redituable el cultivo.

La siguiente variable es apoyos gubernamentales, en este caso se consideraron dos dimensiones que son recursos y servicios y programas de apoyo. Para el caso de la primera dimensión recursos y servicios obtuvo una media de 5.09, la cual se sitúa en el rango de regular competitivo como se muestra en el cuadro 8.18.

Cuadro 8.18 Resultado de la dimensión recursos y servicios de la variable apoyos gubernamentales.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
2	3.6	5.2	5.09	6.8
				8.4
				10

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Esta dimensión se enfoca en la gestión de recursos y servicios y en la accesibilidad de créditos y financiamiento, en la primera parte la pregunta fue si la gestión para la obtención de recursos y servicios del gobierno destinados al café se lleva a cabo de una manera rápida y oportuna, en este caso el 40.2% mencionó que casi nunca, el 26.4% dijo que nunca, el 26.1% se mostró indeciso y solo el 7.3% opinó que con frecuencia, la opción de respuesta siempre no fue seleccionada. Por otro lado para medir la accesibilidad a financiamientos y créditos se preguntó si todos los productores cafetaleros tienen acceso al financiamiento y créditos por parte del gobierno, a lo cual el 30.8% se mostró neutral, el 29% dijo que con frecuencia, el 24.9% respondió que casi nunca, el 10% nunca tienen acceso a financiamiento y créditos y el 5.3% dijo que siempre.

Los cafeticultores de esta región opinan en su mayoría que cuando se trata de gestionar y acceder a un recurso, servicio, financiamiento o crédito para la producción de café se tienen grandes dificultades debido a que el proceso es muy lento y complicado, muchas veces se les pide documentación que no tienen como por ejemplo los títulos de propiedad actualizados. Estos datos no están retirados de las cifras nacionales reportadas por el VIII Censo Agrícola Ganadero (2007), en cual se menciona que en los municipios cafetaleros sólo un 2.5% de las unidades de producción tienen acceso a estos instrumentos financieros.

En la última dimensión que es programas de apoyo la media fue 8.9 y se ubica en el rango de regular competitivo como se muestra en el cuadro 8.19.

Cuadro 8.19 Resultado de la dimensión programas de apoyo de la variable apoyos gubernamentales.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
3	5.4	7.8	8.9	10.2	12.6	15

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para evaluar esta dimensión el estudio se enfocó principalmente al conocimiento, beneficios y desarrollo que proporcionan los programas de apoyo. Para medir la parte del conocimiento la pregunta fue sobre el nivel de conocimiento que se tiene sobre los programas y subsidios del gobierno que motiven la exportación del café, a lo cual el 44.6% no tiene ningún tipo de conocimiento, el 27.9 % mencionó que bajo, el 24.9% regular y el 2.6% tiene un conocimiento alto sobre los programas y subsidios del gobierno para la exportación. Para evaluar los beneficios de los apoyos gubernamentales se cuestionó acerca del grado de beneficio que se obtiene de los apoyos del gobierno para el desarrollo del sector cafetalero, y el 46.9% dijo que regular, el 39.3% menciono que alto, el 10.9% contestó que bajo y el 2.9% dijo que no tiene beneficio alguno. Por último se preguntó si los apoyos del gobierno, impulsan el desarrollo del sector cafetalero, el 38.1% dijo que a veces, el 32.3% mencionó que con frecuencia, el 10.3% que casi nunca, el 10% que nunca y el 9.4% que siempre.

Al analizar los datos anteriores se observa que la mayoría de los agricultores no tienen conocimiento sobre programas y subsidios del gobierno que motiven la exportación del café debido a que no existe en el municipio ninguna dependencia gubernamental que los preocupe e interese acerca de la comercialización del grano, por otra parte más de la mitad de los productores son hablantes de alguna lengua indígena y con un bajo nivel educativo lo que provoca indiferencia y conformidad por parte de los mismos. Ahora bien, los beneficios que se obtienen de los apoyos gubernamentales para el desarrollo del sector cafetalero son significativos para una gran parte de agricultores, cabe destacar que los apoyos que se reciben son entre otros incentivos en especie como planta y fertilizantes, económicos para el manejo de algunas prácticas culturales y asesoría técnica sobre las principales plagas y enfermedades del cultivo como la roya y la broca del café. De cierta manera estos apoyos reducen los costos de producción de los cafeticultores. Finalmente los cafeticultores consideran que los apoyos del gobierno impulsan el desarrollo del sector cafetalero.

La siguiente variable es costos y está compuesta por tres dimensiones procesos, sueldos y comercialización. La dimensión de procesos tiene una media de 6.76 la cual la sitúa en el rango de poco competitivo como lo muestra el cuadro siguiente:

Cuadro 8.20 Resultado de la dimensión procesos de la variable costos.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo	
3	5.4	6.76	7.8	10.2	
				12.6	15

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para valorar la dimensión de procesos se cuestionó acerca de los costos de las semillas, fertilizantes, químicos y demás materias primas utilizadas en la producción del café, el 46.9% de los agricultores contestó que son elevados, el 24.6% dijo que muy elevados, el 22.9% mencionó que regular, el 4.4% expresó que poco elevados y el 1.2% piensa que nada elevados. La siguiente pregunta para esta dimensión fue sobre como consideran en general sus costos de producción de café, el resultado fue que el 41.3% dijo que regular, el 26.1% opinó que elevados, el 19.4% muy elevados, el 13.2% poco elevados y la opción de respuesta nada elevados no fue seleccionada. La última pregunta para esta dimensión fue si comparan y analizan costos para poder reducirlos en la medida que sea posible, a lo cual el 39% dijo que casi nunca, el 34.9% que a veces, el 23.5% nunca y el 2.6% contestó que con frecuencia.

Si se observa la mayoría de los productores considera que los costos de las semillas, fertilizantes y costos en general utilizados en la producción de café son entre elevados y muy elevados. Esta es una debilidad que se presenta en el sector, ya que por una parte los ingresos que los agricultores que perciben por su producto son insuficientes para subsistir y además adquirir las materias primas necesarias para el cafeto y por el otro lado no buscan alternativas que solucionen el problema. Además por su bajo nivel educativo y la falta de visión no realizan análisis de costos para identificar la cantidad y la calidad de los recursos necesarios en la producción y venta del café así como las ganancias o pérdidas que se puedan obtener, es decir la rentabilidad del cultivo.

La segunda dimensión de sueldos tiene una media de 3.57 la cual la coloca en el rango de competitivo de acuerdo a la escala presentada en el cuadro 8.21.

Cuadro 8.21 Resultado de la dimensión sueldos de la variable costos.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4	4.2
			3.57	
				5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Esta dimensión se evaluó al preguntar cómo se consideran los sueldos de los trabajadores que paga para realizar actividades relacionadas con la producción y cosecha del café, para lo cual el 38.4% dijo que poco elevados, el 20.5% nada elevados, el 24.6% regular, el 10.6% elevados, el 5.9% muy elevados. La explicación a esto muy simple, la mayoría de los agricultores utilizan mano de obra familiar la cual no es contabilizada en los costos de producción y generalmente no se le da ningún valor, hay que mencionar, además que si se llega a contratar a un jornalero sobre todo en la cosecha que es la parte donde más mano de obra se utiliza, el pago de éste es de acuerdo al ingreso que el productor reciba por la venta del aromático.

La siguiente dimensión es comercialización la cual tiene una media de 4.55 y se sitúa en el rango de muy competitivo como lo muestra cuadro 8.22.

Cuadro 8.22 Resultado de la dimensión comercialización de la variable costos.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4	4.2
				4.55
				5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

La pregunta para evaluar esta dimensión fue acerca de cómo se consideran los costos de venta, y las respuestas fueron las siguientes, el 68.8% dijo que nada elevados, el 21.1% opinó que poco elevados, el 6.7% mencionó que regular y el 3.5% considera que elevados, la opción muy elevados no fue seleccionada. Lo anterior se debe principalmente a que los intermediarios son los que se encargan de estos costos, ya que recorren hasta los huertos para la recolección del grano, por lo tanto los cafeticultores no cargan con este gasto.

La última variable innovación está formada por tres dimensiones: nuevas tecnologías y procesos, asistencia técnica e inversión. La primera dimensión de nuevas tecnologías y procesos tiene una media de 9.07 y se ubica en el rango de poco competitivo como que se observa en el cuadro 8.23.

Cuadro 8.23 Resultado de la dimensión nuevas tecnologías y procesos de la variable innovación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo		
4	7.2	9.07	10.4	13.6	16.8	20

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para evaluar esta dimensión se utilizaron dos enfoques conocimiento y producción, para medir la parte referente al conocimiento se preguntó sobre la información y conocimiento sobre la implementación de nuevas tecnologías aplicadas al sector cafetalero con las que cuentan, el 48.1% dice tener un conocimiento bajo, el 30.8% no tiene, el 15.8% tiene un conocimiento regular y el 5.3% tiene un alto conocimiento, la opción muy alto no fue seleccionada. Para la parte de la producción se cuestionó sobre la introducción de variedades mejoradas en la renovación de los cafetales, el 46% dice que con frecuencia introduce variedades mejoradas en la renovación de sus cafetales, el 29.6% mencionó que siempre, el 12.9% a veces, el 10.6% dijo que casi nunca y el .9% nunca lo ha hecho, de la misma manera al preguntar sobre la producción de café orgánico, el 62.8% nunca ha introducido café orgánico, el 26.4% casi nunca y el 10.9 a veces, las opciones de respuesta con frecuencia y siempre no fueron elegidas, la última pregunta para esta dimensión fue sobre la elaboración de productos derivados del café, como artesanías, dulces, bebidas, etc., el 43.7% nunca ha elaborado productos derivados del café, el 42.2% casi nunca y el 14.1% a veces, las opciones de respuesta con frecuencia y siempre no fueron elegidas.

Un elemento fundamental para fortalecer el sector cafetalero es precisamente la implementación de nuevas tecnologías y procesos, en este caso los agricultores de café poco conocen sobre tecnologías y procesos novedosos además se resisten al uso de innovaciones tecnológicas porque éstas se encuentran dentro de un proceso de modernización que le es ajeno y por tanto atentan contra su modo de vida, ignoran que los resultados pueden ser

favorables al incrementar el rendimiento de la producción, la calidad del grano y por tanto sus ingresos.

La dimensión de asistencia técnica tiene una media de 4.16 que la coloca en el rango de competitivo como lo indica el cuadro siguiente.

Cuadro 8.24 Resultado de la dimensión asistencia técnica de la variable innovación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4	4.2
			4.16	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Esta dimensión se midió al cuestionar sobre asistencia técnica y capacitación para el manejo de plagas y enfermedades que reciben los agricultores, el 44.9% dijo que siempre, el 32.3% mencionó que con frecuencia, el 17.3% a veces, el 5.6% casi nunca, la opción nunca no fue seleccionada. En el municipio de Xicotepec, Puebla tiene presencia la Junta Local de Sanidad Vegetal, que es la que opera las campañas y programas fitosanitarios a nivel regional, por lo anterior la mayoría de los agricultores gozan de este beneficio que otorga el gobierno.

La última dimensión de la variable innovación es inversión la cual tiene una media de 3.78 y se sitúa en el rango de competitivo como se muestra el cuadro 8.25.

Cuadro 8.25 Resultado de la dimensión inversión de la variable innovación.

Nada competitivo	Poco competitivo	Regular Competitivo	Competitivo	Muy competitivo
1	1.8	2.6	3.4	4.2
			3.78	5

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para evaluar esta dimensión se cuestionó sobre la frecuencia con la que se invierte en la adquisición de maquinaria y equipo, el 31.7% dijo que siempre invierte, el 29.9% mencionó que con frecuencia, el 23.5% a veces, el 15% casi nunca, la opción de respuesta nunca no fue seleccionada. En este sentido son los agricultores los que compran el material y equipo

necesario para realizar las prácticas culturales correspondientes a sus huertos, es por ello que la mayoría contestó que sí invierten en la adquisición de maquinaria y equipo.

Coefficiente de correlación de Pearson

Como ya se mencionó el coeficiente de correlación de Pearson se utiliza para determinar el grado de asociación entre dos variables. En esta investigación se realiza un análisis del coeficiente de correlación de Pearson de las variables incluidas para describir la relación existente entre ellas.

En la tabla 7.10 se muestra el coeficiente de correlación de Pearson de las variables planteadas en esta investigación. Como se observa la relación existente entre la variable dependiente competitividad y la variable independiente calidad es de 0.465, de acuerdo a la interpretación se considera como una correlación positiva media; en cuanto a la relación entre la variable dependiente y la variable independiente productividad laboral es de 0.530, esto quiere decir que existe una correlación positiva media; asimismo la variable independiente precio tiene una correlación con la variable dependiente de 0.512, lo cual significa que existe una relación positiva media; de la misma manera la variable independiente de políticas públicas presenta una relación positiva media de 0.473 con la variable dependiente de competitividad; por otro lado entre la variable independiente costos y la variable dependiente competitividad se muestra una correlación positiva media de 0.512; por último la relación entre la variable dependiente competitividad y la variable independiente innovación es de 0.652, esto es una correlación positiva alta.

Como se puede apreciar, sí existe correlación entre las variables independientes y la variable dependiente, la relación es positiva, lo que significa que si una variable presenta cambios en el valor, en este caso aumentos, van acompañados de cambios positivos en el valor de la otra variable. Con respecto al grado de correlación la variable independiente innovación tiene un nivel alto con respecto a la competitividad y la variable que presenta una correlación menor es calidad.

Por otro lado también existe correlación entre las variables independientes; de acuerdo a la tabla 7.10 las variables que presentan mayor relación son calidad con productividad laboral con

una puntuación de 0.247 y calidad con innovación con una puntuación de 0.229, lo que significa una correlación positiva baja; en general la correlación entre las variables independientes restantes es positiva muy baja.

Resumiendo, la variable independiente que mayor correlación tiene con respecto a las demás variables independientes es innovación, ya que presenta una relación positiva baja con calidad y productividad laboral de 0.229 y 0.247 respectivamente, con las variables precio, subsidios gubernamentales y costos su relación es positiva muy baja.

Coefficiente de determinación

En la tabla 7.11 se observa que la variable independiente calidad explica 21.6% a la competitividad exportadora, lo que significa el cambio que experimenta la variable endógena ante un cambio unitario en la variable explicativa mientras todas las demás variables independientes permanecen constantes; de la misma manera la productividad laboral explica en un 28.1% a la competitividad exportadora; enseguida el precio describe en un 26.3 a la variable dependiente; por otro lado las políticas públicas determinan en un 22.4% a la competitividad; asimismo la variable independiente de costos explica a la competitividad en un 26.8% y finalmente la innovación explica a la variable dependiente en un 42.5%.

La hipótesis general planteada en esta investigación afirma que los factores competitivos que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU son la calidad, la productividad laboral, los precios, las políticas públicas, los costos y la innovación; de acuerdo al análisis e interpretación de los resultados que se obtuvieron de los cuestionarios aplicados a los productores de Xicotepec, Puebla, se comprueba la hipótesis general de esta investigación, haciendo énfasis en la importancia que presenta la variable independiente calidad, dado que la competitividad exportadora está determinada en un mayor grado por este factor, seguida de variables productividad laboral, precio, costos, innovación y subsidios gubernamentales.

Ante la situación mundial y local de la caficultura una de las principales estrategias para el mercadeo del café debe ser la calidad, el caso del municipio estudiado tiene la gran ventaja de que se produce café de calidad debido a que factores naturales como el suelo, clima y altitud

lo permiten, por otro lado los agricultores siembran semilla seleccionada, realizan las labores culturales y el control de plagas y enfermedades a tiempo y por ultimo una cosecha selectiva. La principal estrategia de competitividad del café en esta región debe ser la calidad.

Por otra parte resulta evidente que el sector cafetalero en el municipio de Xicotepec, Puebla presenta serias dificultades para desarrollarse tanto a nivel nacional como internacional. De acuerdo al análisis realizado se observan debilidades como la falta de información sobre las normas de calidad que exige el mercado estadounidense y programas que motiven la exportación de café, la poca o nula capacitación de los agricultores, el alto nivel de intermediarismo entre productor y mercado meta, la dificultad para la gestión y el acceso a los apoyos gubernamentales, los altos costos de producción, la ausencia de información y conocimiento sobre nuevas tecnologías y procesos y finalmente la falta de organización, dirección y coordinación de los productores. A pesar de que el sector cafetalero presenta estas adversidades es posible realizar transformaciones que conviertan estas debilidades en fortalezas con la finalidad de orientar a los agricultores a la exportación del aromático.

Una caso de estudio similar con el que se puede comparar esta investigación es la tesis de Perea y Rivas, 2007, titulada “Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región Córdoba, Veracruz, frente al mercado mundial” en la cual el objetivo fue identificar las estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz y las variables que fueron sometidas al análisis son: capacidad de producción, innovación, calidad, mercadotecnia, organización y capacitación de la mano de obra recursos financieros y rentabilidad.

Los resultados obtenidos fueron: la calidad se sitúa en el lugar más alto al afirmar los productores, que no tienen reclamaciones en su producto y que tradicionalmente es bien aceptado por el comprador al cumplir con las expectativas del mercado. El segundo orden lo ocupa la variable rentabilidad donde el 79% de los productores afirma que el café es una fuente de recursos, avalado por el repunte del precio; el 91% de ellos no están dispuestos a abandonar sus cultivos, pues esperan que la actitud de las autoridades y el mercado cambien en cualquier momento, como ha ocurrido en otras épocas.

El tercer lugar lo ocupa la variable estrategias de diferenciación, influida por la tendencia de respuestas a algunos ítems que presentan optimismo dentro de la desorganización y el atraso en la integración de cadenas de valor.

Si se observa la calidad predomina como la variable competitiva más alta en los dos estudios realizados, por otra parte las deficiencias también son similares como por ejemplo, la falta de capacitación, los pocos apoyos del gobierno, la desorganización, valor agregado al grano, etc.

Escobedo (2014), menciona que las autoridades gubernamentales deben coadyuvar para garantizar una mejor organización de los caficultores poblanos. Un esquema de cooperativa, en el que los productores se constituyeran para comercializar directamente el café y repartir posteriormente los beneficios, aseguraría un mejor precio y, en consecuencia, una mejor calidad de vida.

Para lograr la exportación del aromático del municipio de Xicoteppec, Puebla, en esta investigación se propone constituir una sociedad cooperativa ya que la organización es la base para lograr grandes desafíos como los que presenta el sector cafetalero en esta región. Ejemplos del éxito de este tipo de sociedades son la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan titataniske, la Sociedad Cooperativa Unidos por Huitzilán de Serdán, Puebla, la cooperativa Maya Vinic, en los Altos de Chiapas que reúne a microproductores de café que no contaban con un mercado. Hoy, los 700 socios de la organización exportan el 75% de su café orgánico a Japón, Estados Unidos y Bélgica (Cuevas, 2014)

Como se mencionó anteriormente la calidad es una variable de suma importancia en la producción y comercialización del café. Los productores de Xicoteppec, Puebla tienen esta gran ventaja, que su producto cuenta con la calidad que el mercado estadounidense exige, sin embargo si ellos no se organizan, no podrán aprovecharla, esto por varias razones, en primer lugar la mayoría de los agricultores son minifundistas por lo que sus propiedades son muy reducidas, no más de una ha. por agricultor en consecuencia su producción es insuficiente para cumplir con la demanda del mercado extranjero. Por lo anterior deben unirse y trabajar de manera conjunta para lograr integrar cadenas de valor que fomenten la venta directa eliminando el intermediarismo.

Además al formar la sociedad cooperativa se pretende resolver muchos otros problemas que se presentan en esta rama de la agricultura como lo son:

- Detener los abusos en los bajos precios de compra del café por parte de intermediario.
- Aumentar el conocimiento sobre la tecnología alternativa apropiada para la producción orgánica de su café.
- Capacitar a los miembros de la cooperativa para vender su café a “precio justo” tanto nacional como internacionalmente.
- Aumentar la infraestructura básica de cada uno de los miembros de la cooperativa a efectos de garantizar el estricto control de calidad.
- Tener acceso a mayores apoyos por parte del gobierno.

Por otra parte como menciona Miranda (2010) sino se tiene clara cuál es la verdadera esencia y propósitos de la cooperativa el resultado siempre será el fracaso y dispersión de estas sociedades, dificultando su organización, resultados y bienestar de sus socios y por tanto el de su aportación a la lucha global contra el neoliberalismo, nueva edición del capitalismo salvaje y globalizado de la época. En la educación y capacitación de los cooperativistas ésta consideración es imprescindible para lograr su adecuada y exitosa formación política, cultural y técnica.

Al respecto los principales problemas internos tienen que ver con el liderazgo, la administración, los métodos de dirección y la formación de cuadros, cuyos problemas son afines a otros tipos de organización social y que están relacionados con la gran estructura política, económica y social del país, determinada por relaciones capitalistas de explotación y subordinación del trabajo asalariado y por el saqueo de los recursos nacionales, dominadas por monopolios, bancos extranjerizados y opulentas empresas que poseen y controlan absolutamente todo, sin oposición significativa hasta hora de los diferentes movimientos y resistencias que se agitan en la patria (Miranda, 2010).

Una vez finalizado el capítulo de análisis e interpretación de resultados, se pretende abordar la propuesta de la sociedad cooperativa para los agricultores del municipio de Xicotepec, Puebla en el capítulo IX.

CAPÍTULO IX PROPUESTA PARA CONSTITUIR UNA SOCIEDAD COOPERATIVA PARA LOS PRODUCTORES CAFETALEROS DEL MUNICIPIO DE XICOTEPEC, PUEBLA.

Dada la importancia que tiene el municipio en el sector cafetalero a nivel estatal y la situación actual de los cafeticultores, este trabajo propone un modelo de cooperativa que permita impulsar la producción y exportación de café, lo cual se puede lograr mediante una buena organización por parte de los productores con reglas claras que garanticen la continuidad y la escala a sus exportaciones.

9.1 ANTECEDENTES

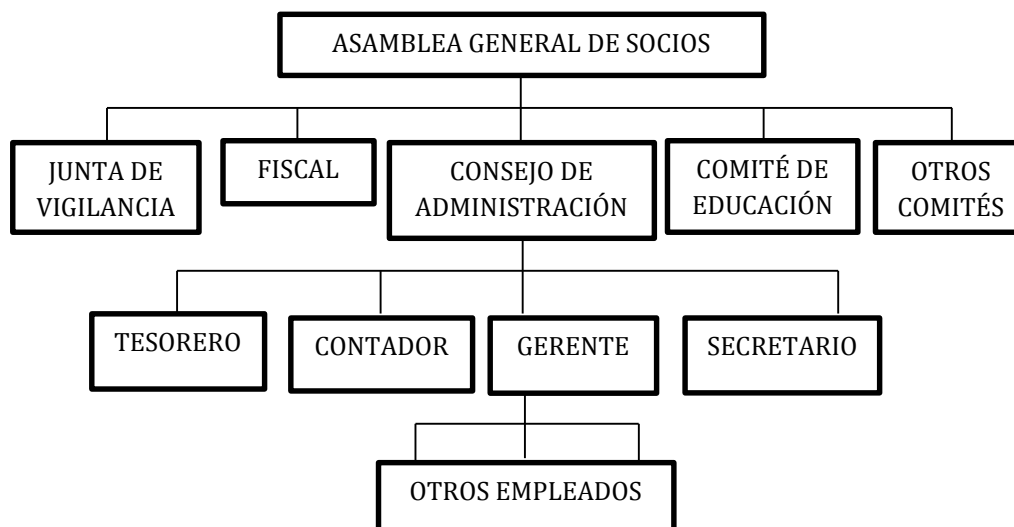
En los diferentes estadios del desarrollo de la sociedad ha existido la mutua colaboración entre los individuos para satisfacer necesidades, obtener bienes y servicios. La cooperación es lo que ha dado sentido a la vida del hombre en sociedad, rasgo importante del progreso y civilización en la obra colectiva de la humanidad. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

La práctica de la cooperación aplicada a los problemas sociales y económicos surge desde las primeras etapas de la civilización, los historiadores la ubican aproximadamente tres mil años antes de la era Cristiana en el antiguo Egipto, también se considera que ya existían formas cooperativas en civilizaciones como la persa, fenicia, griega y romana. (Oficina Internacional del Trabajo, 2007).

A lo largo de la historia humana ideas utópicas de carácter filosófico, político, económico o social han influido en el desarrollo de los pueblos y de manera consecuente en el desarrollo del pensamiento cooperativo a través de textos que tratan de organizar una sociedad justa a través del trabajo colectivo y fraternal. Existieron concepciones utópicas del mundo como puede verse por ejemplo en la República de Platón, donde presenta su modelo ideal de República. La utopía es una forma de ver la realidad en principio ligada a una idea imposible de realizarse, lo cual la convierte en la negación de toda transformación revolucionaria (Luna, 2006).

En épocas más recientes la utopía se interna en el campo de lo posible. Así sucede con las construcciones imaginarias de Thomas Moro y Campella (1788-1856). En la obra "Utopía" A diferencia de Platón, la idea se forma a través de un postulado capaz de ser realizado, aunque sigue existiendo una inadecuación entre realidad e idea. Principios como la abolición de la propiedad privada o como la libertad religiosa se vislumbran como ideales posibles de realizarse. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

Figura 9.1 Organigrama de una sociedad cooperativa.



Fuente: S.C. UNID, 2014

9.2 PRECURSORES DEL COOPERATIVISMO

Dentro del desarrollo histórico, el desenvolvimiento sociopolítico de la sociedad, ha conducido a diferentes formas de interpretar la vida y las relaciones de los hombres dentro de sus comunidades. Así surgió en el camino de la historia un grupo de tratadistas y científicos, que conscientes de su realidad pretendieron transformar la sociedad en que vivían en una sociedad más justa, la cual al ser transformada adoptaría como base fundamental el bienestar común de las relaciones entre los hombres. (Luna, 2006).

A partir del siglo XVII los pensadores de esta ideología manifestaron en sus obras y discursos, el papel del sistema económico en el estado de la sociedad y se opusieron al sistema mercantilista y al modo de producción existente que se vivía en países como Inglaterra y Francia en la cual la revolución francesa había transformado la sociedad en un ambiente de individualismo y ausencia de conciencia social. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

John Bellers (1654 -1725) y Peter Cornelius Plockboy (1659-?), fueron teóricos sociales que promovieron abolir las estructuras vigentes sustituyéndolas por la colectivización de los medios de producción y estableciendo las premisas que forman actualmente los Principios del Cooperativismo. Manifiestan entre muchas otras, la creación de fondos para fortalecimiento de la sociedad, conservando la propiedad individual que determinadamente eliminará la explotación del hombre y repartirá los beneficios entre los miembros de la organización cooperativa tanto para el ámbito agrícola como industrial. Pockboy consideraba que no es el dinero la riqueza de la nación si no el trabajo y la unidad de las personas.

Así nació el camino de una doctrina a la que Marx y Engels denominaron, “Socialismo Utópico” tratando de diferenciarlo de su propia idea acerca de lo que el mundo debería ser; la que es llamada “Socialismo Científico”. Karl Marx, Federico Engels y Lenin ahondan sus ideas en la viabilidad del cooperativismo para contrarrestar el sistema capitalista como forma de realización del desarrollo de las relaciones de producción. A diferencia de ese socialismo científico, los impulsores del socialismo utópico rechazaban los métodos violentos y postulaban una reforma del orden económico por medio de la asociación libre de los trabajadores bajo el credo de la igualdad y la cooperación mutua como único camino para recrear las condiciones naturales de la vida social pervertidas por el capitalismo. Eso sería posible, creando organizaciones autónomas y autosuficientes que proveyeran a las necesidades de sus integrantes, sin búsqueda de lucro y con gobierno democrático. De tal manera en el siglo XIX nace un proyecto utópico de inmensa capacidad de realización y un deseo de renovación haciendo el cambio en las condiciones reales y prácticas de la vida (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

Una característica común de los socialistas utópicos, es que cada uno de ellos propone el arribo de una sociedad mejor, pero por medio de la persuasión y el convencimiento. El socialismo francés era el alma nutricia del socialismo utópico. Entre los representantes más destacados de esta corriente se encuentran: Claude Henri de Saint-Simón, Charles Fourier, Pierre-Joseph Proudhon y el inglés Robert Owen. Quienes desarrollaron la teoría y metodología del cooperativismo, con experiencias propias que son muy significativas para el desarrollo del cooperativismo. Los utopistas del siglo XIX plasman ya principios básicos sobre los cuales se puede transformar la sociedad. De esta forma, por ejemplo, Saint-Simón, habla de una sociedad colectivamente planificada, Fourier de una armonía social fincada en la satisfacción común, por medio de las comunas (llamadas falansterios) y Owen creando comunidades regidas por los principios de solidaridad y asociación del trabajo, formando cooperativas multiactivas de consumo y de producción. (Luna, 2006).

Estos pensadores trazaron planes de una sociedad ideal que el cooperativismo fortaleció para seguir su camino basándose fundamentalmente en criterios prácticos que desde aquellas ideas madres buscaron encaminar la acción colectiva. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009). Estas ideas perdieron vigor en la mitad del Siglo XIX, pero dejarán un heredero naciente que se inspiró en sus ideas: el cooperativismo. (Ibídem)

9.3 LA EXPANSIÓN DEL COOPERATIVISMO

Desde el inicio del presente siglo el cooperativismo fue expandiéndose por el mundo aunque sin un ritmo constante ni regular y presentando una notoria diversidad en sus diversas aplicaciones. Desde el punto de vista doctrinario surge la división entre quienes pregonan la “soberanía del consumidor”, considerando a las cooperativas de consumo como únicas ejecutoras del proyecto cooperativo, y quienes entendían que el cooperativismo tenía su espacio en todos los roles y actividades económicas por constituir un sistema autónomo donde los núcleos eran empresas cooperativas de distintos tipos (Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2007).

Por otra parte, la implantación en Europa del Este de regímenes colectivistas- estatistas restó libertad de acción a las cooperativas de esos países. No obstante, hay un progresivo crecimiento del cooperativismo a lo largo del siglo XX que ya alcanza a todos los continentes. Se introduce en Asia y Oceanía, en especial en países como Japón, Australia y Nueva Zelanda.

Algunos países en estado colonial, como India e Indonesia, incorporan desde sus metrópolis las ideas y las prácticas de la cooperación y en otros países llega el cooperativismo después de su independencia. Así sucede en África donde su expansión es creciente. En América, el cooperativismo llega a fines del siglo XIX a los EE.UU. y también se extiende por toda América del Sur donde las cooperativas agrarias adquieren una importancia singular en casi todos los países. Actualmente, la Alianza Cooperativa Internacional cuenta entre sus miembros con 229 organizaciones de 92 países que representan más de 760 millones de personas de todo el mundo. (Ibídem).

9.4 LOS SÍMBOLOS DEL COOPERATIVISMO

Figura 9.2 Símbolo del cooperativismo.



Fuente: <http://www.cacepa.com.uy/quienes-somos/> Fecha de consulta: 27/03/2015.

El símbolo del cooperativismo son dos pinos de color verde oscuro, sobre un fondo amarillo, encerrados en un círculo también verde. Los pinos significan inmortalidad, constancia y fecundidad, también la necesidad del esfuerzo común. El círculo significa la unión y la universalidad del cooperativismo. El fondo amarillo representa sol, que es la fuente de la vida para el hombre (COOPELESCA, 2014).

Figura 9.3 Bandera del cooperativismo.



Fuente: <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/cooperativismo-24991017> Fecha de consulta: 27/03/2015.

La bandera, formada por los siete colores del arco iris que simboliza la unión de hombres de todos los credos y religiones para trabajar por el bienestar general. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

9.5 EL COOPERATIVISMO

La cooperación se define como la mutua colaboración que se prestan dos o más personas que unen sus esfuerzos individuales en una sola empresa y con un mismo propósito. El Cooperativismo emerge como una iniciativa de socializar la propiedad de la producción mediante la valoración del trabajo como factor primordial de la producción por encima del capital (Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2007).

El Cooperativismo se define como una doctrina y sistema socioeconómico que propugna la asociación de productores y consumidores en cooperativas en la que todos los miembros son beneficiarios de su actividad según el trabajo que aportan y actividad de la cooperativa. El Cooperativismo promueve la libre asociación de individuos y familias con intereses comunes. Su intención, es poder construir una empresa en la que todos tienen igualdad de derechos y en las que el beneficio obtenido se reparte entre sus asociados según el trabajo que aporta cada uno de los miembros. A nivel económico su objetivo es la reducción del precio de venta, de compra y mejorar la calidad de vida de los participantes. Como organización social, el cooperativismo promueve la gestión democrática y la eliminación del beneficio capitalista. Esto, además de defender el trabajo como factor generador de la riqueza. El sistema cooperativista

tiende a convertirse en centros de formación, fortaleciendo los valores humanos, sociales, de colectivo y, por supuesto, del movimiento cooperativo (Ibídem).

9.6 PRINCIPIOS Y VALORES COOPERATIVOS

Los principios y valores son de gran importancia para las entidades cooperativas pues en ellos se basa su ideología y objeto social.

Principios Cooperativos

El movimiento cooperativo no solo debe buscar la aplicación de los nuevos principios para defender a las clases menos favorecidas, sino que éstos sobre todo deben de ejercitarse de acuerdo a la realidad actual en que la humanidad se desenvuelve, empezando por uno mismo, con una actitud mental de servicio a los semejantes, dándoles fuerza y vigor con nuestras propias acciones a los valores y virtudes que a través del tiempo han permitido la evolución de la conciencia del ser. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

Las normas o principios cooperativos son pautas de comportamiento basadas en el respeto a la dignidad y libertad humanas, que se hallan inscritas en la conciencia del hombre, pero con el correr del tiempo habían sido olvidadas, dando como resultado una desviación en los valores esenciales y virtudes del ser. Estos principios han servido para mantener e incluso reforzar los Principios Doctrinarios Básicos que orientan al movimiento cooperativo, confiriéndoles el carácter universal que necesitaban. Por otra parte, no es posible pensar en estos principios en forma aislada, ya que son inseparables, apoyándose y complementándose unos con otros (Consejo Mundial de cooperativas de Ahorro y Crédito, 2010).

Los principios cooperativos formulados por los pioneros de Rochdale, unidos a los de otros pensadores, fueron recogidos por la Alianza Cooperativa Internacional (A.C.I.), asociación que agrupa a todos los organismos nacionales de cooperativas de la mayor parte de los países del mundo y que fue fundada en Inglaterra en 1895 y que rige los siete principios cooperativos. (Ibídem).

En este apartado se hace referencia a los ocho principios que actualmente existen en la “Ley General de Sociedades Cooperativas” aprobada el 4 de Junio de 2001. (Grupo Empresarial Cooperativo Mexicano, SCL., 2009).

Primer Principio Libertad de asociación y retiro voluntario de los socios (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

Este principio establece que las cooperativas deben estar abiertas a todas las personas que quieran ingresar, sin importar raza, creencia religiosa, ideas políticas, sexo o posición social. Es decir, que el cooperativismo no se ha hecho para una determinada región del mundo, o para un grupo social o raza, sino que a él puede pertenecer toda persona que libremente lo decida, siempre que reúna los requisitos establecidos por la cooperativa.

La adhesión libre y voluntaria también significa que nadie puede obligar a una persona a ingresar en contra de su voluntad a una cooperativa. Por otra parte, la admisión de nuevos socios en una cooperativa estará determinada por los requisitos y necesidades concretas de cada cooperativa; así, una persona podrá ingresar como socio a la cooperativa siempre que cumpla con esas condiciones.

Este principio también establece que todos los socios se encuentran en la posibilidad de retirarse de su cooperativa libremente; lo cual quiere decir que no se puede obligar a un socio a permanecer en la misma en contra de su voluntad; pero así como existen reglas para la admisión de socios, también deben existir para su separación, ya que la cooperativa puede verse en serios problemas económicos, al tener que liquidar a los socios, en los casos en que por falta de previsión y de reglamentación se presenten renunciaciones masivas.

Segundo Principio Administración democrática (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

Las sociedades cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios en donde la Asamblea General es la máxima autoridad, la forman todos los socios y no puede someter su poder de decisión a los deseos de una sola persona, ya que en ella todos sus miembros tienen los mismos derechos.

El control democrático también significa que en la cooperativa cada socio tiene derecho a un solo voto, sin importar el capital que haya aportado, sus conocimientos o su posición social (un socio = un voto), evitando así el dominio de personas o grupos por razones económicas. De esta forma el dinero se utiliza como un elemento al servicio del hombre y no el hombre al servicio del dinero. A diferencia de muchas otras empresas, la cooperativa es básicamente una asociación en la que todos gozan de los mismos derechos y obligaciones, y tienen iguales oportunidades de participar en la toma de decisiones y de expresar sus puntos de vista sobre las políticas a seguir.

Tercer Principio Limitación de intereses a algunas aportaciones de los socios si así se pactará
(Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

El capital es elemento indispensable para poner en marcha cualquier empresa. Siendo la cooperativa una empresa económica y social, necesita de este recurso para funcionar. Uno de los elementos que forman el capital social de la cooperativa son los certificados de aportación, representados generalmente por cantidades de dinero que se solicitan a los socios al ingresar a la sociedad y que sirven precisamente para dotarla del capital necesario para iniciar su funcionamiento. Con frecuencia sucede que las cooperativas necesitan mayor capital para poder operar, lo que se puede resolver solicitando a los socios la compra de un número mayor de certificados de aportación excedentes, pero cuidando determinar el número máximo de certificados que un solo socio puede adquirir, a fin de evitar que el poder económico se concentre en un pequeño número de socios, porque en el momento en que éstos quisieran retirarse, descapitalizarían a la sociedad.

Cuarto principio Distribución de los rendimientos en proporción a la participación de los socios
(Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

Este principio ha sido llamado la regla de oro de los pioneros de Rochdale, pues es reflejo de los constantes esfuerzos del Cooperativismo por lograr un equilibrio adecuado entre los intereses de la sociedad en su conjunto y los de sus socios.

Para que funcione la cooperativa como empresa económica y social, debe obtener beneficios, que surgen de la diferencia entre el costo real de un producto y el precio en el que se vende.

Como la idea de lucro no cabe en una cooperativa, estos rendimientos deben entregarse a los socios, que son los que verdaderamente les dieron origen con su trabajo y sus propios recursos económicos. Asimismo, esta entrega debe hacerse de tal manera que se evite que caigan en manos de quienes no los han generado.

La distribución de rendimientos se realiza:

a) **En las cooperativas de consumidores**, los rendimientos se distribuyen en razón del monto total de las operaciones o adquisiciones de bienes o servicios hechos por cada socio durante un período determinado. Así, al reintegrar a cada socio la parte que le corresponde de los rendimientos, se logra un precio justo por los bienes o servicios adquiridos.

b) **En las cooperativas de productores**, los rendimientos se reparten de acuerdo con el trabajo realizado por cada socio, en la producción de bienes o prestación de servicios, considerando el tiempo, cantidad y calidad de su labor. Logrando con esto el pago justo al trabajo. La Ley General de Sociedades Cooperativas lo expresa claramente en su artículo 6º inciso IV.

Quinto Principio Fomento de la educación cooperativa y de la educación en la economía solidaria (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

La educación cooperativa es un elemento indispensable en su actividad social, por lo que los representantes de la cooperativa deben fomentar la educación entre sus compañeros.

Es importante educar al socio no sólo en educación cooperativa sino en cuestión de economía solidaria, pues pretende orientar a los cooperativistas para que logren un mejor desarrollo económico y social de ellos, de sus familias y las comunidades, colocando al ser humano como prioridad en relación a la mercancía y los mercados. Definiendo el desarrollo como la liberación de las potencialidades del ser humano y proponiendo como estrategia general la solidaridad.

La educación de sus socios es muy importante, pues finalmente son ellos quienes con sus actitudes y comportamiento, hacen de la cooperativa una empresa diferente. Si el

cooperativismo es un sistema democrático que exige la participación activa de sus integrantes, es necesario que éstos sepan cómo practicarlo, de ahí el fomento a la educación.

Sexto Principio Participación en la integración cooperativa (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

Este principio responde a la necesidad de unión entre los organismos cooperativos de todos los tipos y niveles, para así poder enfrentar los diferentes obstáculos que se presentan, principalmente, con sus más grandes competidores: las grandes empresas mercantiles.

La cooperativa es el principio que tiene como finalidad el dar mayor fuerza y poder, facilitando la solución de todo tipo de problema. Por ello, y con base en el grado de desarrollo que ha alcanzado el cooperativismo en México, se ha hecho necesaria la creación de organismos que representen los intereses de las cooperativas, coordinen actividades de apoyo entre ellas e intervengan en la solución de sus problemas.

La integración cooperativa se presenta a través de seis niveles o grados, los cuales a continuación se mencionan:

- El primer nivel: cooperativa,
- El segundo nivel: federaciones y uniones.
- El tercer nivel: confederaciones nacionales.
- El cuarto nivel: Consejo Superior de Cooperativismo.
- El quinto nivel: Alianza Cooperativa Internacional de las Américas, (ACI).
- El sexto nivel: Alianza Cooperativa Internacional (ICA).

Séptimo Principio Respeto al derecho individual de los socios de pertenecer a cualquier partido político o asociación religiosa (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001)

Así como las cooperativas si es su voluntad, podrán agruparse libremente en uniones, federaciones, o en cualquier otra figura asociativa con reconocimiento legal (Art. 74 Ley General de Sociedades Cooperativas), los cooperativistas también pueden participar en

cualquier partido político o asociación religiosa sin impedimento alguno y con esto queda sepultado el corporativismo de que fueron objeto los cooperativistas con la legislación pasada.

Octavo Principio Promoción de la cultura ecológica (Ley General de Sociedades Cooperativas, 2001).

Las cooperativas proporcionan educación y formación para adquirir una cultura ambiental la cual requiere que cada uno de nosotros haga un compromiso personal para vivir una vida ambiental ética. Se Debe hacer esto no porque sea requerido por las leyes, sino porque es correcto. Es una responsabilidad para la humanidad misma. Se debe afrontar con realidad y aceptar la responsabilidad para sustentar el medio ambiente, llegar al estado de una cultura ambiental con madurez.

9.7 VALORES COOPERATIVOS (Consejo Mundial de cooperativas de Ahorro y Crédito, 2010).

El valor es una cualidad del ser. Es una fuerza interior que te ayuda a tomar decisiones correctas en las situaciones más adversas para poder lograr tu ideal. Éstos son constantes en la vida del hombre, no se acaban, no dependen de coyunturas, no se gastan. Realizan un ideal universalmente válido.

Siendo inspiradores de la conducta de la norma social. Cada hombre cada grupo, cada profesión, cada época tiene sus valores plasmados en una estructura típica; es decir en un orden determinado de preferencias. Los valores éticos de la cooperación son las ideas-fuerza asimiladas en la conciencia social de los cooperativistas y que actúan como fuente de inspiración de todos sus actos. Es importante conocer los valores cooperativos porque:

-Lo primero es la persona, los socios y después todo lo demás, porque se pretende un crecimiento constante e integral, el cual se consigue con la presencia y participación activas de ellas mismas en la agrupación que conforman y en la empresa por ellas formada.

-Porque los candidatos ordinarios de las cooperativas, comúnmente de escasos recursos económicos, no se interesan por medrar a costa ajena. Aspiran a solucionar sus carencias y por eso han constituido una asociación y han dirigido un negocio.

-Las cooperativas no buscan el lucro, si no el beneficio de todos por un servicio recíproco y constante. Las cooperativas están basadas en los valores de la ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y la solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad y la vocación social.

Ayuda Mutua (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

Comúnmente se entiende la ayuda mutua como una forma de cooperación. La ayuda mutua supone la unión de personas que cuentan con ciertas capacidades para intercambiar apoyos recíprocos. Al organizarse todos esperan recibir un beneficio pero antes estarán dispuestos a colaborar, contribuir y ayudar.

El valor de ayuda mutua, además de aludir a la cooperación, se entiende por eso en oposición a toda forma de individualismo, que es egoísmo, donde se origina el sistema económico capitalista que se traduce en lucro, explotación y antagonismo hacia los demás. La ayuda mutua es recibir, pero primero implica el dar. Como se trata de ayudar en la práctica este valor se realiza en toda la vida de la cooperativa. El asociado deberá unirse a los demás en un acto de adhesión incondicional. Es decir dar lo mejor de sí mismo.

Responsabilidad (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

La responsabilidad es la capacidad de tener conciencia de que se está involucrado en hechos o acontecimientos de una forma directa e indirecta que se deben asumir y respetar por convicción propia. Finalmente la responsabilidad es una propiedad positiva, la virtud es ser la causa de los propios actos, es decir ser libres.

Democracia (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)
La democracia es utilizada no solo para asignar una forma de organización política sino una forma de convivencia y organización social con relaciones más igualitarias entre sus miembros.

En el caso de las cooperativas la idea y el concepto de democracia son las decisiones colectivas adaptadas a sus miembros mediante mecanismos de participación directa que le confieren legitimidad. En la Declaración de 1995, la democracia se eleva a la categoría de valor además de ser ratificado como principio.

Dignidad Humana (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

Este valor es el primero a ser tomado en cuenta e indica que los seres humanos sólo pueden gobernarse a sí mismos dada su importancia y su dignidad. Desecha, por tanto, el gobierno de uno, la mesocracia o monarquía, fundada en derechos de sangre o de conquista. La democracia es el gobierno de todos, sin que nadie pueda excluir pues todos poseen la misma dignidad, aunque en la práctica se presenta la primera dificultad pues no todos pueden ser capaces por igual para ejercer con propiedad el autogobierno, ya sea como mandatario o simplemente como mandante.

Igualdad (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

Las personas son de la misma naturaleza pero también disfrutan de semejanzas que las distinguen de los demás. El valor de la igualdad instituido en las cooperativas establece la inexistencia de privilegios, los derechos y obligaciones son de la misma manera para todos los socios, a pesar de que algunos tengan mayor antigüedad que otros, o que hayan aportado mayores recursos económicos o que cuenten con el reconocimiento en la comunidad.

Confianza, Creencia (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

Es entendida como creencia de que los integrantes de la cooperativa encontrarán la mejor solución a los problemas planteados y de que, aun en el caso de equívocos, esa mayoría contará con los suficientes recursos para enmendar el camino. Se deberá tener fe en los demás, como si se tratara de uno mismo, para el alcance del ideal.

Disciplina, Orden (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

La vida de una sociedad voluntaria como la cooperativa hace necesaria una conducta de compromiso por parte de sus miembros. Ya que toda autoridad demandará disciplina para conseguir su cometido, como también acatamiento a las disposiciones promulgadas en el orden y oportunidad de su cumplimiento.

Autonomía e Independencia (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

La cooperativa, vive una autonomía, la facultad para regularse así mismo, y, por tanto, no depende de otra autoridad, “es independiente”.

Participación (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

La participación es clave en el pensamiento cooperativo. Se hace aportando recursos económicos y también apoyos morales; se participa cumpliendo un acuerdo y presentando actitudes positivas para propiciar el crecimiento de la cooperativa tanto en lo asociativo como en lo empresarial.

Solidaridad (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

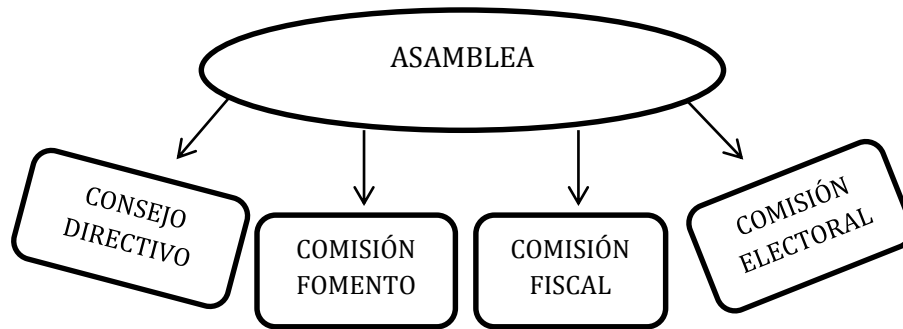
Promover la unión entre los miembros de la cooperativa, con el propósito de fomentar la ayuda mutua. Ya que cada miembro posee una parte de los conocimientos generales y sus recursos, por lo que todos dependen de todos.

Educación (Fundamentos del cooperativismo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2011)

La educación es importante para que se tenga un mejor desempeño en sus facultades sociales y culturales como habilidades, conocimientos, actitudes, y valores adquiridos, produciendo cambios de carácter social, intelectual, emocional, etc. en la persona que, dependiendo del grado de concienciación, será para toda su vida o por un periodo determinado.

La aplicación de la democracia y a mayor nivel educativo de un pueblo mejor será, el grado de vigencia del régimen democrático establecido. En fin, son varios los valores morales relacionados directamente con la democracia, la cual, para diversos tratadistas, es considerada como el valor primario de la cooperación por sus implicaciones teóricas y prácticas.

Figura 9.4 Estructura de una Cooperativa Agrícola Cafetalera.



Fuente: <http://www.chasque.net/vecinet/coop2.htm> Fecha de consulta: 27/03/2015.

9.8 CONSTITUCIÓN

a. Concepto

La cooperativa es una sociedad mercantil con denominación propia y de capital variable. La actividad social se presta a favor de los accionistas y responden limitadamente por las operaciones sociales. El número mínimo de socios es de diez. Aunque la ley no fija un máximo de socios porque en ella pueden ingresar o salir libremente, siempre y cuando no se afecte la cantidad mínima. (S.C. UNID, 2014).

Existen dos tipos de cooperativas. (S.C. UNID, 2014):

- De producción. Para ingresar es necesario pertenecer a la clase trabajadora.
- De consumo. Es necesario tener la calidad de consumidor o de usuario.

En todo caso, debe tenerse presente que una Cooperativa es una empresa ya desde su gestación y por ello se entiende que, previamente a su constitución, debería elaborarse un

proyecto de viabilidad en el que se acredite la factibilidad del negocio que se desea emprender (ELKAR-LAN, S. COOP, 2015).

La Sociedad Cooperativa, como toda sociedad, está regulada por una normativa específica y por unos Estatutos Sociales a su medida, debiéndose reflexionar sobre las diferentes posibilidades que se les otorgan a los promotores en las materias dispositivas y en las que tiene cobertura la autonomía de los socios que la integran (ELKAR-LAN, S. COOP, 2015).

b. Constitución

La constitución de las sociedades cooperativas se hace mediante la celebración de una asamblea pública y general a la que deben asistir todos los interesados. La mecánica es la siguiente (S.C. UNID, 2014):

- a. Se debe llevar un registro de un acta en la que debe consignarse todos los interesados de la sociedad.
- b. Se debe registrar los datos personales de los socios.
- c. Se debe designar los órganos y las bases constitutivas
- d. Se deben redactan las actas y tener cinco juegos sin la formalidad notarial, toda vez que el notario sólo autentifica la firma de los otorgantes.

Las bases constitutivas o contrato social deberán tener la denominación y domicilio de la sociedad, el objeto de la misma, especificando las actividades que se desarrollarán, así como las reglas que deben sujetarse aquéllas y su posible cambio de operaciones.

Asimismo, existen una serie de puntos importantes que hay que tener en cuenta para fundar una sociedad cooperativa. Los más importantes son los siguientes: (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

- La forma de incrementar el capital social.
- Valuación de los bienes y derechos que aporten los socios.
- Requisitos para admitir nuevos socios cooperativistas.

- La exclusión de cooperativistas.
- Constitución de fondos sociales (monto, objeto y reglas para su aplicación).
- Secciones especiales que se crearán.
- La expresión de los valores de título y crédito.
- El régimen de responsabilidad social y la separación voluntaria de los cooperativistas.
- La duración del ejercicio social, que no deberá de pasar más de un año.
- Reglas de operación para la disolución y liquidación de la sociedad.
- La forma en que deberá caucionar su manejo el personal que tenga fondos sociales:

También hay que tener en cuenta los siguientes puntos al tratar de fundar una sociedad cooperativa: (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

- a. La concesión.** Se redactan por juegos de cinco todas las actas de referencia y deben remitirse a la Secretaría de Economía, la cual concederá o negará el registro.
- b. Registro.** Si se cumplen los requisitos de la Secretaría de Economía, entonces se inscribirá el acta constitutiva en el Registro Público Cooperativo Nacional.
- c. Derechos y Obligaciones.** Se consignarán todos los derechos de los socios cooperativos.
- d. Adquisición de la misma.** Debe distinguirse la adquisición originaria de la derivada.

La adquisición originaria no presenta dificultades de ninguna índole, no obstante la derivada precisa que se dirija solicitud al consejo de administración, que decidirá con carácter provisional a reserva de la ratificación y que deberá ser otorgada por la asamblea general.

2. FUNCIONAMIENTO Y CLASIFICACIÓN

- a. Funcionamiento** (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

El artículo 15 Fracción I de la Ley General de Sociedades Cooperativas determina que en las bases constitutivas deberá mencionarse la denominación social. Ésta deberá ser distinta a cualquier otra y se formará con referencia a la actividad de la cooperativa.

Una de las características principales que tienen las cooperativas es que están formadas por capital variable y obedece a dos formas indispensables: por las aportaciones de los accionistas y por los donativos que reciben. Es indispensable que existe un primer desembolso de parte de los socios para que la sociedad pueda fundarse, según lo que estipula la ley.

La ley establece la constitución de fondos especiales: de reserva y de previsión social. Ambos casos no se reparten y en caso de liquidación pasan a formar parte del Fondo Nacional de Crédito Cooperativo. Las cooperativas se caracterizan porque las actividades solamente la pueden realizar sus propios socios y exclusivamente pueden vender sus productos.

Los socios de las cooperativas tienen una responsabilidad limitada, porque restringe la aportación a la sociedad, al valor de los certificados que hayan suscrito, para que en caso de insolvencia de la cooperativa, sólo puedan responder por una cantidad determinada.

La ley establece dos variantes en la forma de responsabilidad limitada:

La que es propiamente limitada. Se da cuando los socios se comprometan a aportar a la sociedad y responden frente a terceros única y exclusivamente por el valor de los certificados suscritos.

Suplementada. Se da cuando asumen una responsabilidad frente a terceros.

b. Clasificación (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

Las sociedades cooperativas se dividen en las que están especialmente consideradas en la ley, en las confederaciones o uniones especiales, pero que al final de cuentas siguen siendo cooperativas:

- a. Cooperativas de consumidores. Son aquéllas que están formadas por personas que se asocian para obtener un bien común.
- b. Cooperativas de intervención estatal. Son aquéllas que han obtenido una concesión federal, local o municipal para la explotación de materias.

- c. Cooperativas de participación estatal. Son aquéllas que explotan una unidad productora. Es decir, la empresa o bien que el Estado les entrega para tales funciones.

También existen las cooperativas o uniones de crédito adscritas en la Ley de Instituciones de Crédito, así como las cooperativas escolares, regidos por un reglamento particular.

Existen cooperativas unidas por otras circunstancias, como las federaciones y las confederaciones.

Las federaciones de cooperativas se asocian en una Confederación Nacional de Cooperativas, es decir es nivel nacional.

3. DERECHOS Y OBLIGACIONES (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

a. Derechos y Obligaciones de los Socios

Las cooperativas tienen los mismos derechos que corresponden a los miembros de las demás sociedades mercantiles que se han analizado. Entre los más importantes están:

- Participar en el reparto de los rendimientos que se obtengan en cada ejercicio fiscal, de acuerdo las bases constituyentes de la sociedad.
- Votar y ceder los certificados de aportación siempre que la cesión se haga a un socio y el cedente se reserve un certificado.

Mientras que los socios tienen la obligación de realizar la aportación prometida, entregando el dinero, los bienes o prestando los servicios que pueden constituirse.

La Ley de Sociedades Cooperativas en el artículo 21 establece que la Asamblea General tendrá a su cargo la dirección, administración y vigilancia de la sociedad. Mientras que al Consejo de Administración le corresponde el consejo de vigilancia y las comisiones especiales que pudieran constituirse.

b. La Asamblea General

La Asamblea General es el órgano máximo de la sociedad; sus miembros están obligados a respetar las decisiones que tome, estén conformes o inconformes.

Tiene facultades para resolver sobre todos los negocios y problemas de importancia para la sociedad. Puede establecer las reglas que regirán el funcionamiento de la cooperativa. La ley establece que hay dos tipos de asambleas: las ordinarias y las extraordinarias.

La convocatoria para asamblea se hará en la forma que esté previsto en las bases constitutivas. Aunque el reglamento dispone que la entrega del aviso puede hacerse personalmente o mediante tarjeta certificada dirigida a cada uno de los socios convocados. Deberá existir un orden del día que debe contener todos los asuntos que se tratarán, cuando el número de accionistas supere los 500 miembros. Está previsto que la asamblea general no se formará con los asociados sino con los delegados de éstos.

Las asambleas generales pueden crear acuerdos por mayoría, excepto en los siguientes casos:

- Aceptar, excluir o separar socios.
- Modificar los estatutos.
- Cambiar los sistemas de producción.
- Aumentar o disminuir el capital social

Para estos casos es necesario contar con la presencia de las dos terceras partes de la sociedad cooperativa y el voto favorable de la mitad más uno. Los socios pueden nombrar representantes para asistir a las asambleas, en cuyo caso debe acreditarse la personalidad antes de que inicie la asamblea.

c. El Consejo de Administración y Vigilancia

El Consejo de Administración de las sociedades es el órgano ejecutivo al que corresponde el respetar y llevar a cabo los acuerdos de la asamblea general.

Está formado por un número siempre impar de consejeros: de tres a nueve. Uno será Presidente, otro Secretario y otro Tesorero. Es un órgano colegiado y las decisiones se toman

por mayoría simple, el nombramiento y revocación de sus miembros lo ejecuta la asamblea general.

El Consejo de Vigilancia tiene atribuciones que la Ley General de Sociedades Mercantiles señala a los comisarios. Establece el derecho de veto, con el propósito de impedir que se practiquen aquellas operaciones que se consideren inconvenientes o perjudiciales.

A continuación se marca el procedimiento para constituir una cooperativa de producción agrícola, como es el caso de la presente investigación. (Instituto Mexicano de Desarrollo Cooperativo, A.C, 2014).

A. CONSTITUCIÓN LEGAL DE UNA COOPERATIVA (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

- 1. - Solicitud a la Secretaria de Relaciones Exteriores**
- 2. - Asamblea Constitutiva de una Cooperativa.**
- 3. - Modelo de Acta Constitutiva.**
- 4. - Inscripción al Registro Público de Comercio** (Inscripción de una Cooperativa ante el Registro Público de Comercio. Contenido de las Bases Constitutivas de acuerdo a la Ley General de Sociedades Cooperativas de 2011).

1. - Solicitud a la Secretaria de Relaciones Exteriores

Una vez que sea definida la viabilidad económica de la cooperativa, se realizarán los trámites correspondientes ante la Secretaria de Relaciones Exteriores. En los cuales se expondrá la razón social de la cooperativa, llenando un formulario que contenga tres nombres que se proponen para la cooperativa proyectada y el objeto social de la actividad (consumo o producción). La resolución consiste en la aceptación del nombre de la cooperativa por parte de la S.R.E.

2. - Asamblea Constitutiva de una Cooperativa

Los socios fundadores deben conocer, discutir, aprobar las Bases Constitutivas, de tal manera que estando de acuerdo con su contenido introduzcan los artículos que sean necesarios. Conjuntamente se redacta el acta respectiva con el nombre de los socios y datos generales referente a la constancia del pago de certificados de aportación y la elección de Consejos y Comisiones. La resolución consiste en la firma de acta y certificación por parte de la figura jurídica de donde la cooperativa tenga su domicilio.

3. - Modelo del Acta Constitutiva

Acta Constitutiva de Sociedades Cooperativas de Productores y Consumidores

Datos Generales:

Ciudad ___ Municipio _____ Estado _____ Constitución de la S.C. : __ (Nombre) __
Responsabilidad Limitada o Suplementada ___ Presencia __ (número de socios) __ Socios
Fundadores __ (Sus datos se encontrarán al final del acta).

Acuerdos:

Se tomarán por mayoría de votos, no importando el número de Certificados de Aportación.

Los Acuerdos serán:

Primero. Aprobación de la idea de constituir una S.C. __ (Nombre) __

Segundo. La S.R.E. Aprueba la Razón Social de la Cooperativa Mediante el Oficio

No. ___ Fecha, en la Ciudad: _____ Día ___ Mes ___ Año. ___

Tercero: Por unanimidad se aprobaron las bases constitutivas de la S.C., así como los artículos puestos en el proyecto, propuestas efectuadas por los socios.

Cuarto: Elección de Consejos y Comisiones, en las cooperativas de más de diez socios y/o Administrador y Vigilancia, en las cooperativas de menos de diez socios

Nombramiento de Consejos y Comisiones, en las cooperativas de más de diez socios y/o Administrador y Vigilancia, en las cooperativas de menos de diez socios:

a) Consejo de Administración:

Presidente: _____ Número de Votos _____

Secretario: _____ Número de Votos _____

Vocal _____ - Número de votos _____ --

Igual Número de Suplentes: _____

b) Consejo de Vigilancia:

Presidente: _____ Número de Votos _____ Secretario: _____ Número de Votos _____

—

Vocal _____ Numero de votos _____

Igual Número de Suplentes: _____

c) Comisión de Conciliación y Arbitraje: _____ N. V. _____

d) Comisión de Educación Cooperativa: _____ N. V. _____

Lista de los socios:

Nombre: _____ Apellidos: _____ Edad: _____ Nacionalidad _____ Estado Civil: _____

Profesión u oficio: _____ Domicilio: _____ Monto de capital suscrito y pagado: _____ Firma: _____

Suma del Capital:

Final del Documento:

Sin tener más que tratar y siendo las: __horas__ se dio por terminada la Asamblea __ Firmas:

____Presidente de la Asamblea _____ Secretario_____

____(Nombre del Fedatario) _____Yo, Presidente Municipal de: __Estado de: _____

doy fe.

- Que conozco a los comparecientes a esta asamblea constitutiva y a mi juicio tienen capacidad legal para contratar y obligarse.
- Que tuve a la vista los originales de los documentos relacionados e inscritos.
- Que los socios fundadores ratificaron ante mí su voluntad de constituir la Sociedad Cooperativa: __ (Razón Social) _____

- Que las firmas y huellas digitales que obran en el Acta Constitutiva que anteceden, corresponden cada uno de los socios fundadores.
- Que las Bases Constitutivas fueron leídas artículo por artículo y aprobadas por la unanimidad de los socios fundadores.

Ante mí: _____Presidente Municipal, Municipio de: _____ Estado: _____

A. CONTENIDO DE LAS BASES CONSTITUTIVAS DE ACUERDO A LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE 2011 (Ley General de Sociedades Cooperativas, Diario Oficial de la Federación el día 4 de junio de 2011).

I. - Denominación y domicilio social;

II. - Objeto social, expresando concretamente cada una de las actividades a desarrollar;

III. - Los regímenes de responsabilidad limitada o suplementada de sus socios, debiendo expresar en su denominación el régimen adoptado;

IV.- Forma de constituir o incrementar el capital social, expresión del valor de los certificados de aportación, forma de pago y devolución de su valor, así como la valuación de los bienes y derechos en caso de que se aporten;

V. - Requisitos y procedimiento para la admisión, exclusión y separación voluntaria de los socios;

VI.- Forma de constituir los fondos sociales, su monto, su objeto y reglas para su aplicación;

VII. - Áreas de trabajo que vayan a crearse y reglas para su funcionamiento y en particular de la de educación cooperativa en los términos del artículo 47 de esta ley;

VIII. - Duración del ejercicio social que podrá coincidir con el año de calendario, así como el tipo de libros de actas y de contabilidad a llevarse;

IX. - Forma en que deberá caucionar su manejo el personal que tenga fondos y bienes a su cargo;

X.- El procedimiento para convocar y formalizar las asambleas generales ordinarias que se realizaran por lo menos una vez al año, así como las extraordinarias que se realizaran en cualquier momento a pedimento de la asamblea general, del consejo de administración, del de vigilancia o del 20% del total de los miembros;

XI. - Derechos y obligaciones de los socios, así como mecanismos de conciliación y arbitraje en caso de conflicto sobre el particular;

XII. - Formas de dirección y administración interna, así como sus atribuciones y responsabilidades,

XIII. - Las demás disposiciones necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad cooperativa siempre que no se opongan a lo establecido en esta ley.

Las cláusulas de las bases constitutivas que no se apeguen a lo dispuesto por esta ley, serán nulas de pleno derecho para todos los efectos legales correspondientes.

4. - Solicitud al Registro Público de Comercio

Inscripción de una cooperativa ante el Registro Público de Comercio.

Investigación Previa al Trámite de Registro:

- Llevar la solicitud de entrada en trámite, en original y tres copias, con el domicilio verdadero para recibir las notificaciones e indicación de Nombre, Calle, Colonia, Código Postal, Delegación, Teléfono, señalar el Nombre de la Sociedad Cooperativa, su Domicilio Social y llevar dinero suficiente para el pago de derechos fijados por la Ley de Hacienda o Departamento del Distrito Federal o del Estado respectivo.

- Presentar el Acta Constitutiva de la Sociedad Cooperativa, suscrita ante el notario, o la autoridad correspondiente, del lugar donde la Sociedad Cooperativa tenga su domicilio social.

- El Registro Público de Comercio calificará el Acta Constitutiva y las Bases Constitutivas. Si se cumplen los requisitos establecidos por la ley, procede el registro.
 - Una vez calificada y registrada la sociedad se devolverá al interesado su documento original, en él constará un sello con los datos del registro.
 - Si la documentación no se ajusta a la ley, el registro publicará las observaciones en la Gaceta Oficial y las pondrá a la vista de sus oficinas. Los plazos para contestar las observaciones son perentorios, con no más de diez días de plazo.
- Si no se contestaran los reparos en el tiempo establecido por el Registro Público de Comercio, se pierde el dinero pagado en derechos del registro y su documento será enviado a salida sin registro.

CONCLUSIONES

Las conclusiones que se obtuvieron al realizar esta investigación para determinar las variables competitivas que influyen en la exportación de café por parte de los productores a EE.UU son las siguientes:

Los productores cafetaleros del municipio de Xicotepec, Puebla continúan con esta actividad porque existen variables competitivas como la calidad, la productividad laboral, precio, apoyos gubernamentales, costos e innovación que han contribuido de manera positiva para la producción y comercialización de café.

Con respecto a la calidad es la variable que mayor impacto tiene en la competitividad exportadora de café, el resultado que se obtuvo en la escala tipo Likert fue competitivo. De acuerdo a las dimensiones que se abordaron en esta variable los productores no consideran al café como un producto de mala calidad, ya que el porcentaje de rechazo por parte de los intermediarios por no cumplir con la calidad requerida es muy bajo; en cuanto a las normas de calidad que exige el mercado estadounidense son muy pocos los productores que tienen conocimiento alto de ellas, en la mayoría el nivel de conocimiento es bajo o nulo; por otro lado los cafecultores mencionan que con frecuencia cuentan con estrictos controles de calidad, ya que de lo contrario el producto final tiene un precio inferior y en raras ocasiones el rechazo del mismo. La mayoría de los cafecultores a pesar de no contar con conocimiento sobre la calidad que exige el mercado estadounidense opinan que su producto cumple con los estándares de calidad para su exportación.

En cuanto a la variable explicativa productividad laboral el resultado que se obtuvo de la escala utilizada fue de regular competitivo. En este sentido se puede concluir que existe suficiente disponibilidad de mano de obra para realizar las actividades que se requieren para la producción y comercialización de café, por otra parte con frecuencia se emplea mano de obra familiar, asimismo el rendimiento deseado de los trabajadores en las actividades realizadas en este sector cafetalero es eficiente. Solo a veces la mano obra recibe capacitación, los productores opinan al respecto que llevan años realizando las mismas tareas y por lo tanto conocen a la perfección lo que se tiene que hacer. Finalmente los productores solo a veces

han formado parte de alguna organización, organizaciones que por falta de información y orientación se desintegran rápidamente.

En relación a la variable independiente precio se obtuvo un resultado de regular competitivo, la mayor parte de los productores opina que el precio de su producto es determinado por el mercado, y están de acuerdo en que hay cambios en el precio pero que el porcentaje de variación es bajo, la mayoría de los productores consideran insuficiente el precio recibido por su producto, por otra parte los cafecultores consideran que el nivel de participación de su producto en el mercado de EE.UU es muy alto, aunque también saben que existe un nivel de intermediación entre productor y consumidor final muy alto.

La siguiente variable explicativa es apoyos gubernamentales, el resultado que se obtuvo fue de regular competitivo inclinándose a poco competitivo. Los productores opinan que la gestión para la obtención de recursos y servicios del gobierno destinados al café no se lleva a cabo de una manera rápida y oportuna y que no todos los productores cafetaleros tienen acceso al financiamiento y créditos por parte del gobierno; por otra lado la mayoría de los cafecultores dice no tener conocimiento sobre los programas y subsidios del gobierno que motiven la exportación del café; a pesar de la dificultad para la gestión de recursos el grado de beneficio que obtienen de los apoyos del gobierno para el desarrollo del sector cafetalero es entre regular y alto y de cierta manera consideran que con frecuencia los apoyos del gobierno impulsan el desarrollo del sector cafetalero.

Referente a la variable independiente costos el valor obtenido en la escala de regular competitivo. En general los productores saben que los costos de las semillas, fertilizantes, químicos y demás materias primas utilizadas en la producción del café están entre elevados y muy elevados, pero con los pocos apoyos que logran tener por parte del gobierno logran compensar un parte de esos costos, por otro lado los sueldos de los trabajadores que pagan para realizar actividades relacionadas con la producción y cosecha del café los consideran poco elevados, de la misma manera los costos de venta no tienen gran impacto en sus costos totales, los cuales en general los manejan como regulares. Finalmente los productores muy pocas veces realizan un análisis de sus costos para reducirlos en la medida que sea posible.

Finalmente la variable explicativa innovación quedo en un rango de regular competitiva. De esta variable se puede concluir que la mayor parte de los cafeticultores no cuentan con información útil y conocimiento sobre la implementación de nuevas tecnologías aplicadas al sector cafetalero, por otra parte con frecuencia introducen variedades mejoradas en la renovación de sus cafetales y muy pocos productores han producido café orgánico y elaborado productos derivados del café como artesanías, dulces y bebidas. En general casi todos los cafeticultores reciben asistencia técnica para el manejo de plagas y enfermedades y la mayoría invierte en la adquisición de herramientas y equipo para el proceso de producción y cosecha del café.

Resumiendo, las variables competitivas que influyen en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU son calidad, productividad laboral, precio, subsidios gubernamentales, costos e innovación, las cuales se fortalecen principalmente en los siguientes puntos.

La primera variable explicativa calidad es sumamente importante, ya que el rechazo del producto por no cumplir con la calidad requerida es mínimo, esto es porque los productores cuentan con estrictos controles de calidad, como consecuencia los cafeticultores opinan que su producto si cumple con los estándares de calidad que exige el mercado de EE.UU.

Por lo que a productividad laboral se refiere hay disponibilidad suficiente de mano de obra, ya que en un alto porcentaje se emplea mano de obra familiar compuesta en gran parte de niños y mujeres, en este mismo sentido saben como realizar las actividades que el cultivo requiere y con frecuencia tienen el rendimiento deseado.

En cuanto a la variable independiente precio, los productores saben que siempre es determinado por el mercado y en estos momentos les parece un precio razonable. Por otra parte La mayor parte de los cafeticultores consideran que su producto tiene un nivel alto de participación en el mercado estadounidense. Cabe destacar que este año el precio del café tuvo un aumento significativo para los productores en comparación con los años anteriores, en términos numéricos pasó de 5 a 8 pesos mexicanos por kilogramo, lo anterior se debe a los problemas de sequía que enfrenta Brasil, el mayor productor a nivel mundial de este grano.

En la variable de apoyos gubernamentales conviene subrayar que existen apoyos tanto económicos como en especie por parte del gobierno a la producción y comercialización de café, pero suceden dos cosas importantes que impiden que se cumpla el objetivo final al cual están destinados, en primer lugar una parte de los recursos queda en manos de los dirigentes, intermediarios o productores con grandes extensiones de huertos y en segundo lugar otra parte de los apoyos que finalmente llegan a las manos de los productores son objeto de intercambio comercial debido a la situación económica de los cafecultores, por lo anterior los recursos realmente invertidos al desarrollo del sector cafetalero son muy pocos e insuficientes. Aun así la mayor parte de los productores opinan que el grado de beneficio que obtienen de los apoyos del gobierno para el desarrollo del sector cafetalero es entre regular y alto.

A pesar de que los costos tienen un impacto negativo en el sector agrícola y más específicamente en el caso de los pequeños productores, en este caso habría que decir que lo que hace a esta variable estar en un rango de competitividad regular son tres cosas, la primera es que los apoyos del gobierno aunque sean mínimos son significativos, la segunda es que el 90% de la mano de obra utilizada es durante la cosecha y los sueldos corresponden a un porcentaje del precio del aromático pagado a los productores, en otras palabras si el precio de mercado del café aumenta el sueldo del jornalero también aumenta y viceversa; la tercera y última es que los costos de venta no son significativos ya que gran parte de estos corren por cuenta de los coyotes, intermediarios o comercializadoras.

Por último las variables más importantes que han hecho fuerte la parte de innovación son tres, por un lado los productores introducen variedades mejoradas en sus cultivos, lo cual hace que sus huertos tengan el rendimiento por hectárea más alto a nivel estatal, en segundo lugar la mayor parte de los cafecultores reciben capacitación y asistencia técnica para el manejo de plagas y enfermedades, finalmente los productores dicen invertir en maquinaria y equipo.

En la actualidad, México uno de los 10 principales países productores y exportadores de café a nivel mundial; pero además de sus condiciones naturales propicias para el cultivo y procesamiento de la planta, ha desarrollado una cultura vinculada al consumo del producto que lo convierte también en sinónimo de calidad y de valores culturales asociados a una de las más longevas tradiciones humanas: beber café (Informador, 2014).

La elaboración del café hasta llegar a la taza del consumidor es sumamente trabajosa, más aún, cuando se buscan calidades supremas. La caficultura se practica a altitudes que van desde los 300 hasta casi los 2000 metros sobre el nivel del mar en zonas que exhiben una gran variedad de climas, suelo y tipos de vegetación. No obstante, la elevación más indicada para la producción del café se sitúa entre los 600 y 1200 metros, en zonas fundamentalmente semiáridas y justo en la franja de transición entre las regiones ecológicas tropical y templada; en este sentido cabe destacar que el municipio de Xicotepec, Puebla tiene una altitud comprendida entre 300 a 1155 msnm, lo que permite producir un grano de calidad (CIMAT, 2006).

El 40% de la superficie con cafetales corresponde a selvas altas y medianas (zona tropical húmeda), el 23% a bosques de pino y encino, el 21% a selvas bajas caducifolias y el 15% a bosque mesófilo de montaña. Lo que significa que desde el punto de vista biológico, las regiones cafetaleras son de las más ricas y diversas en flora y fauna; en el municipio de Xicotepec, existen áreas de selva alta perennifolia y bosques de encino, lo cual representa una ventaja para la producción de café (Bartra, 2006).

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación cabe resaltar que en el municipio de Xicotepec, Puebla se produce café de excelente calidad, el café que se produce en esta región por lo tanto es competitivo principalmente cuando se habla de calidad, sin embargo existen grandes obstáculos que no permiten a los productores del aromático diversificar sus mercados y que su producto sea reconocido a nivel mundial, entre ellos se encuentran la falta de incorporación de nuevas tecnologías, dependencia de un solo mercado, una mínima publicidad para comercializar el grano, la competencia cuenta con rutas definidas de comercialización que limitan la introducción del producto al mercado. Para poder vencer tales barreras es necesario en primer lugar lograr una sociedad cooperativa de productores cafetaleros con el objetivo de reunir la producción necesaria que el mercado exige, el siguiente paso es la producción de café gourmet así como la certificación del mismo para tener participación en un mercado global, explotando la calidad del producto, dar valor agregado al grano, usar nuevas tecnologías que permitan exportar el producto de una forma más eficiente y afianzarlo en el mercado evitando el intermediarismo, por último crear una marca propia así como también cafeterías que permitan el contacto directo con el consumidor final.

Las cooperativas son sociedades mercantiles por su forma más no en su fondo, porque están destinadas a realizar actos de comercio y están sometidas a la legislación mercantil. Las sociedades cooperativas no pueden tener propósitos de lucro; no debe confundirse con el ánimo de lucro y con la persecución de una finalidad económica, diferenciadas de las sociedades civiles. Si persiguen actividades y finalidades económicas, pero no de especulación comercial.

Las sociedades cooperativas son parte del derecho mercantil porque tienen un fin lucrativo en el comercio. No obstante lo anterior, debido a su origen legal así como a su naturaleza obrera, la sociedad cooperativa tiene un funcionamiento diferente porque tiene la pretensión de proteger a los trabajadores.

Es una auténtica paradoja el tratamiento de las sociedades cooperativas, toda vez que tienen su propia legislación y tienen sus propios órganos reguladores, pero tienen semejanzas con las diferentes sociedades mercantiles. Es importante conocer su funcionamiento, porque es común que los directores controlen las cooperativas y no protejan a los trabajadores de sus inversiones. En México existen varios casos: Cooperativa Cruz Azul y Pascual son ejemplos donde se acusa de abuso de poder a los directivos.

RECOMENDACIONES

Para finalizar es necesario realizar las recomendaciones pertinentes a esta investigación. Los productores de café, al igual que otros productores cuyos ingresos dependen de productos básicos, enfrentan una amplia variedad de obstáculos en sus esfuerzos por lograr un mejor nivel de vida, combinados con limitadas oportunidades para rotar hacia siembras alternativas, a menudo llevan a una situación en la que los caficultores se encuentren atrapados en un círculo de pobreza y dependencia. Por ello es necesario que se consideren las siguientes recomendaciones:

- Formar una cooperativa como estrategia comercial que permita exportar directamente el café al mercado de EE.UU y de esta manera eliminar a la mayoría de los intermediarios. La exportación ofrece a los productores la posibilidad de competir en un mercado más amplio y con mayores posibilidades comerciales, convirtiéndola en una de las opciones más importantes para aumentar la rentabilidad de los recursos productivos y, por tanto, mejorar sus resultados económicos.
- Promocionar el grano a nivel nacional dándole valor agregado para que el producto sea reconocido y por tanto con alto valor económico.
- Incorporación y uso de nuevas tecnologías y procesos con el fin de mejorar la gestión, la comercialización y la competitividad.
- Capacitación en ventas y comercialización, apoyo por parte del gobierno para la participación en ferias comerciales e intercambios de administración cafetaleros y cooperativas.
- Establecer políticas públicas orientadas a incentivar el consumo nacional de café, además de redefinir programas de apoyo al sector cafetalero del municipio de Xicotepec, Puebla.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Desarrollar investigación en materia de innovación con el fin de conocer las debilidades y fortalezas que se presentan en este sector, con el objetivo de proponer estrategias e integrar tecnologías que permitan la mejora continua tanto en las prácticas agrícolas como en el producto final obtenido y con ello buscar que el café de Xicotepec, Puebla sobresalga en mercados internacionales.
- Análisis de la cadena de valor compuesta por pequeños productores, acopiadores locales, industrias de café de consumo interno o beneficiadores extranjeros, tostadoras internacionales, detallista y consumidor final.
- Estudio de mercado nacional para conocer específicamente donde existe mayor demanda del aromático y que estrategias de comercialización son viables para introducir el grano.
- Análisis de rentabilidad para medir la capacidad para generar ganancias o utilidades por parte de los productores, por otra parte analizar los costos y conocer las deficiencias que se tienen para reducirlos al máximo.
- Finalmente continuar con la investigación presente en otros periodos posteriores para conocer las variables competitivas que han fortalecido este sector.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

Appleyard, D. R. y Field, A. J. (2003). *Economía Internacional*, (4ª edición). Bogotá: Mc Graw Hill.

Araoz, Mercedes. (1998). La integración como instrumento para incrementar la competitividad en un mundo globalizado: perspectivas en la Comunidad Andina. CEFIR, Montevideo.

Araujo, L. (1989). Teoría general de las obligaciones. México: Porrúa.

Arias, J. y Segura, O. (1994). *Índice de la Ventaja Comparativa Revelada*. Recuperado el 20 de diciembre de 2013, en <http://216.244.134.126/documentos/VCR.pdf>.

Ayvar Campos, Francisco Javier, (2006). *Competitividad de la industria manufacturera en México y Estados Unidos, y su impacto en las relaciones comerciales 1990-2004*. Tesis para obtener el grado de maestría en ciencias en comercio exterior. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). México.

Bajo, O. (1995). *Teorías del comercio internacional*, Barcelona: Antoni Bosch.

Bak, S. y Curiel, A. (2012). Puebla, la entidad donde vivo. Primera edición. Secretaría de Educación Pública. México, D.F.

Battat, Joseph; Frank Isaiah; Shen Xiaofang; (1996). *Suppliers to multinationals: linkage programs to strengthen local companies in developing countries*. Foreign Investment Advisory Service, Occasional Paper, No. 6. The World Bank, Washington, D. C.

Bonales, J. y Sánchez, M. (2003). *Competitividad Internacional de las empresas exportadoras de aguacate*. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). México.

Borja, M. (2010). Teoría General de las Obligaciones. México: Porrúa.

Calderón, G. (2001). *Metodología para construir índices de competitividad del comercio exterior*. Banco de Guatemala, notas monetarias. Recuperado el 22 de diciembre de 2013 en <http://www.banguat.gob.gt/inveco/notas/articulos/envolver.asp?karchivo=2801&kdisc=si>.

Castellanos Castillo y Castellanos Machado: "Concepciones teóricas referentes a la definición de la competitividad" en Contribuciones a la Economía, junio 2010, en <http://www.eumed.net/ce/2010a/>

Charles, David y Paul Benneworth; (1996). The competitiveness project: North East Regional Competitiveness Report 1996, Centre For Urban And Regional Development Studies, University Newcastle, Newcastle upon tyne.

Castro Raúl, Mokate Karen. (1998). Evaluación Económica Y Social De Proyectos De Inversión. Primera Edición. Universidad De Los Andes, Bogotá.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), Naciones Unidas (2001). Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. LC/Mex/L.499.8 .

Chávez Ferreiro. J. (2004). *Competitividad de las empresas que exportan fresa a los Estados Unidos de América, ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán*. Tesis para obtener el grado de doctor en ciencias administrativas. Escuela Superior de Comercio y Administración. Instituto Politécnico Nacional.

Código de Comercio. (2012). México: ISEF.

EFE, Estocolmo. Portafolio sección Internacional Portafolio Octubre 14 de 2008.

El café en México, (s.f.). Recuperado el 18 de julio de 2013, de http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_spc.

El caleidoscopio de la competitividad, (s.f). Recuperado el 02 de noviembre de 2013, de <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/revista/noticias/articuloCEPAL/3/19113/P19113.xml&xsl=/revista/tpl/p39f.xsl&base=/ddpe/tpl/top-bottomdirector.xslt>

Esser, Klaus; Hillebrand, Wolfgang; Messner, Dirk; Meyer-Stamer, Jörg (1996). Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas. En: Revista de la CEPAL. Santiago. No. 59. Instituto Alemán de Desarrollo. Berlin En: <http://www.meyer-stamer.de/1994/systemsp.htm>.

Fidelis Ezeala-Harrison (1999). *Teoría y política de la competencia internacional*. Westport, CT: Praeger.

Flores Romero, M. (2007). *Los desafíos de la competitividad: la innovación organizacional y tecnológica en la empresa Michoacana*. Tesis para obtener el grado de doctor en ciencias con especialidad en ciencias administrativas. Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán (CIDEM).

FUJITA Masahisa, KRUGMAN Paul (2004). *La Nueva Geografía Económica, pasado, presente y futuro*. En: Investigaciones regionales, primavera, No. 004, Asociación Española de Ciencia Regional, España.

Garrone, José Alberto, (1986). *Diccionario jurídico*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot.

González, E. (2009). *Análisis del Código de Comercio*. México: Porrúa.

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. 3ra Edición, México: Mc Graw Hill.

Hernández, R. Fernández, y C. Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*, (cuarta edición). México: Mc Graw Hill.

Historia del café, (s.f). Recuperado el 21 de julio de 2013, de <http://www.cafesdemexico.com/index.php/es/el-cafe.html>

Importancia del café (s.f). Recuperado el 15 de julio de 2013, de <http://ecocafesal.blogspot.mx/2009/10/importancia-del-cafe.html>

Jenkins, Rhys, (1998). *Environmental regulation and international competitiveness: a review of literatura and come european evidence*. Discussion Paper Series No. 9801, Institute for New Technologies The United Nations University, Maastricht.

Krugman, Paul. (1991). *Myths and realities of U.S. competitiveness*, Science, Vol 254. Issue 5033.

Krugman, P. R. y Obstfeld, M. (2001). *Economía Internacional: teoría y política*, (5ª edición). Madrid: Pearson Educación.

Krugman, P. R. Melitz, M. J. y Obstfeld, M. (2012). *Economía Internacional: teoría y política*, (9ª edición). Madrid: Pearson Educación.

León Vázquez, J. Arturo. (2004). *Modelo de competitividad global de la industria de piel de cocodrilo moreletii*. Universidad Autónoma de Sinaloa. Culiacán, Sinaloa. México, julio. México.

Ley General de Sociedades Cooperativas de México. Comentario breve. Oficina Internacional del Trabajo. México 1997.

Los problemas a los que se enfrentan los productores de café (s.f). Recuperado el 18 de julio de 2013, <http://www.fairtrade.net/coffee.html?&L=1>

Mantilla, R. (1984). *Derecho Mercantil*. México: UNAM.

Malmberg, Anders; Orjan, Solvell; Ivo, Zander, (1996). Spatial clustering, local accumulation of knowledge and firm competitiveness, *Geografiska Annaler, Series B. Human geography*, Vol. 78, No. 2.

Mayorga, J. Z. y Martínez C. (2008). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional. *Criterio Libre*, 8, 73-86. Recuperado el 20-07-2013 en

<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/8/CriterioLibre8art05.pdf>

Miguel Ángel Galindo Martín, (2008). Paul Krugman: un keynesiano partidario del mercado. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, ISSN 0214-8307, 2954*, 25-32. Recuperado el 24-07-2013, en www.revistasice.com .

Montoya, G. M. (2004). *Estado actual de la teoría Heckscher –Ohlin*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Musick, G. y Romo, D. (2004). *Documentos de Trabajo en Estudios de Competitividad*. México 2004.

Porter, M.E. (1990) "The Competitive Advantage of Nations", *Harvard Business Review*, Vol. 68, No. 2.

Porter, M.E. (1996). *Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones*. Ediciones Deusto. España.

Quiroz, L. (2012, Mayo 15). *Fundamentos del modelo económico H-O (Modelo Heckscher-Ohlin)*. Recuperado el 23 de julio de 2013, [http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoría neoclásica ISBN: 84-688-8197-Xa/18-fundamentos-del-modelo-economico-h-o-modelo-heckscher-ohlin](http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoría%20neoclásica%20ISBN%3A%2084-688-8197-Xa/18-fundamentos-del-modelo-economico-h-o-modelo-heckscher-ohlin).

Ramos, R. R. (2001). *Modelo de la Evaluación de la Competitividad Internacional: Una aplicación empírica al caso de las Islas Canarias*. Tesis para obtener el grado de doctor en ciencias económicas. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Recuperado el 27 de diciembre de 2013 en <http://www.eumed.net/tesis/rrr/index.htm>.

Ricardo, D. 1817 (1817). *Principios de Economía Política (Principles of Political Economy and Taxation*. Traducción por E. Hazera. Fondo de Cultura Económica. México.

Roe, T. L. (200). *Competitiveness of U.S. Agriculture: Concepts, Issues, and Policy: Discussion*. *American Journal of Agricultural Economics*. Vol. 82. December. USA.

SABINO, Carlos, (1996). *El proceso de investigación*, Lumen-Humanitas, Bs.As., 1996.

Sánchez, R. G. (2008). *El clúster Agroindustrial de Zamora. La Red de Valor Fresa*. Fundación Produce Michoacán. Impreso por Láser impresores. Morelia, Michoacán, México.

Salim, I., Aguirre, G., Torres, C. y Astudillo, M. R. (2012). *El teorema Heckscher-Ohlin y la industria textil de México*. *Revista de Comercio Exterior*, 62(1), 60-70.

Segura, Gustavo e Inman, Crist. (1998). *Turismo en Honduras: el reto de la competitividad*. CLACDS/INCAE, agosto, México.

Siggel, Eckhard. (2003). *Concepts and measurements of competitiveness and comparative Advantage: Towards and integrated approach*. Paper prepared for the International Industrial Organization Conference, Boston.

Smith, A. 1776 (1776). *Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.

Steinberg, F. (2004) La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica. Madrid. Universidad Autónoma de Madrid. Texto completo en www.eumed.net/coursecon/libreria/ ISBN: 84-688-9697-7.

Trenkler, Götz; Peter Stahlecker (1996). «Dropping variables vs. use of proxy variables in linear regression». *Journal of Statistical Planning and Inference* (NORTH-HOLLAND)

Tugores, J. (1994). Economía Internacional e Integración Económica. (1ª edición). España: McGraw Hill.

Villareal, R. y Ramos, R. (2002). México competitivo 2020: Un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo. Editorial Océano de México. México.

Villaseñor L.A., Villareal R.C., Licona F.R., Escudero R.M., De la Cerda L.J., Del Arco G.O, Verdeja V.P., De la Parra H.M., Estrada V.G., Pastrana T.C., Gómez D.J.; Tecnología Cafetalera Mexicana. 30 años de investigación y experimentación. INMECAFE México 1979. pp, 81-149.

Villoro, M. (2009). Introducción al Estudio del Derecho. México: Porrúa.

Viner, J. (1966) Comercio internacional y desarrollo económico. Tecnos, Madrid, (1ª ed. 1953).

ANEXOS

ANEXO 1 MATRIZ DE CONGRUENCIA

Planteamiento del problema		Hipótesis	Variables		Dimensión
Identificación	Objetivos				
¿Cuáles son los factores competitivos que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	Identificar los factores competitivos que influyen en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	Los factores competitivos que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU son la calidad, la productividad laboral, los precios, las políticas públicas, los costos y la innovación.	Dependiente y= Competitividad exportadora	Es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero (Bancomext, 2003).	
1. ¿Cómo afecta la calidad en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	1. Analizar de qué forma incide la calidad en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	1. La calidad es un factor competitivo que incide de manera positiva en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.	Independientes X1 Calidad	X1: grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (ISO 9000, 2001).	Procesos Normas de calidad Control de calidad
2. ¿Cómo influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	2. Determinar en qué medida influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	2. La productividad laboral es un factor competitivo que influye de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.	X2 Productividad laboral	X2: relación entre el valor de la cantidad producida y la cantidad de recursos utilizados en el proceso de producción (INEGI, 2012).	Mano de obra Rendimiento Capacitación Organización
3. ¿En qué forma inciden los precios en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	3. Definir cómo afectan los precios en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	3. El precio es un factor competitivo que influye positivamente en el proceso de exportación de café por parte de los productores Xicotepec, Puebla a EE.UU.	X3 Precio	X3: cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio (Alcaraz, 2006).	Precios de venta Mercado Canal de distribución
4. ¿Cómo afectan los apoyos gubernamentales en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	4. Explicar la influencia de los apoyos gubernamentales en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	4. Los apoyos gubernamentales inciden de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.	X4 Apoyos gubernamentales	X4: ayuda por parte del gobierno frente a una situación problemática de la sociedad. (Salazar, 1994).	Recursos y servicios Programas de apoyo
5. ¿En qué forma inciden los costos en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	5. Definir cómo afectan los costos en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	5. Los costos es un factor competitivo que influye de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.	X5 Costos	X5 suma de las inversiones que se han efectuado en los elementos que concurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función. (Cárdenas, 1995).	Procesos Sueldos Comercialización
6. ¿Cómo influye la innovación en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU?	6. Analizar de qué forma afecta la innovación en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, a EE.UU.	6. La innovación es un factor competitivo que incide de manera positiva en la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla a EE.UU.	X6 Innovación	X6 introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (OECD, 2005).	Nuevas tecnologías y procesos Asistencia técnica Inversión

Fuente: Elaboración propia, 2014.

ANEXO 2 CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

El objetivo de este cuestionario es determinar los factores competitivos que intervienen en el proceso de exportación del café al mercado estadounidense por parte de los productores de Xicotepec, Puebla.

Instrucciones: Marque con una X cada pregunta según el nivel que considere correcto de acuerdo a su experiencia y conocimiento sobre el proceso de producción y comercialización del café. Esta encuesta es realizada solo con fines académicos y su participación será anónima.

“De antemano gracias por su colaboración”

CALIDAD

1. ¿El café que produce es considerado por sus compradores como producto de buena calidad?

Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

2. ¿Ha tenido algún rechazo de su producto por no cumplir con la calidad requerida?

Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

3. ¿Tiene conocimiento sobre las normas de calidad del café que exige el mercado estadounidense?

Nada Bajo Regular Alto Muy alto

4. ¿Su producto cuenta con estrictos controles de calidad?

Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

5. ¿Qué porcentaje de su producto considera que cumple con los estándares de calidad para su exportación al mercado estadounidense?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

PRODUCTIVIDAD LABORAL

6. ¿Existen suficientes trabajadores para realizar las actividades que requiere el cultivo?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

7. ¿Con que frecuencia emplea mano de obra familiar?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

8. ¿Los trabajadores que emplea tienen el rendimiento deseado en sus actividades?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

9. ¿La mano de obra recibe capacitación con frecuencia para mejorar las técnicas de producción y cosecha?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

10. ¿Forma parte de alguna organización de productores de café?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

PRECIO

11. ¿El precio de su producto es determinado por sus compradores?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

12. ¿Con qué frecuencia cambia el precio de venta del café?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

13. ¿Cuándo hay un cambio en el precio de venta, en qué porcentaje varía?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

14. ¿Considera que el precio que le pagan por su producto es suficiente?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

15. ¿Cuál es el nivel de participación de su producto en el mercado de los EE.UU?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

16. ¿Cómo considera el nivel de intermediación entre productores y mercado meta?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

APOYOS GUBERNAMENTALES

17. ¿La gestión para la obtención de recursos y servicios del gobierno destinados al café se lleva a cabo de una manera rápida y oportuna?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

18. ¿Considera usted que todos los productores cafetaleros tienen acceso al financiamiento y créditos por parte del gobierno?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

19. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre los programas y subsidios del gobierno que motiven la exportación del café?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

20. ¿Cuál es el grado de beneficio que obtiene de los apoyos del gobierno para el desarrollo del sector cafetalero?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

21. ¿Considera usted que los apoyos del gobierno, impulsan el desarrollo del sector cafetalero?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

COSTOS

22. ¿Cómo considera los costos de las semillas, fertilizantes, químicos y demás materias primas utilizadas en la producción del café?

- Nada elevados Poco elevados Regular Elevados Muy elevados

23. ¿Cómo considera los sueldos de los trabajadores que paga para realizar actividades relacionadas con la producción y cosecha del café?

- Nada elevados Poco elevados Regular Elevados Muy elevados

24. ¿Cómo considera los costos de venta?

- Nada elevados Poco elevados Regular Elevados Muy elevados

25. ¿En general como considera sus costos de producción de café?

- Nada elevados Poco elevados Regular Elevados Muy elevados

26. ¿Compara y analiza costos para poder reducirlos en la medida que sea posible?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

INNOVACIÓN

27. ¿Cuenta con información útil y conocimiento sobre la implementación de nuevas tecnologías aplicadas al sector cafetalero?

- Nada Bajo Regular Alto Muy alto

28. ¿Ha introducido variedades mejoradas en la renovación de sus cafetales?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

29. ¿Produce café orgánico?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

30. ¿Elabora productos derivados del café, como artesanías, dulces, bebidas, etc.?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

31. ¿Recibe asistencia técnica y capacitación para el manejo de plagas y enfermedades?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

32. ¿Con que frecuencia invierte en la adquisición de maquinaria y equipo?

- Nunca Casi nunca A veces Con frecuencia Siempre

Fuente: Elaboración propia, 2014.

ANEXO 3 MATRIZ DE DATOS PROVENIENTES DE LAS ENCUESTAS

Productor/ Variable	Calidad	Productividad laboral	Precio	Apoyos gubernamentales	Costos	Innovación	Competitividad
1	19	12	15	12	16	15	89
2	15	13	21	13	14	13	89
3	18	15	15	10	15	15	88
4	15	15	18	14	18	11	91
5	18	18	18	9	14	12	89
6	19	16	17	12	14	14	92
7	15	14	18	12	17	18	94
8	17	17	18	10	16	16	94
9	19	15	17	12	20	20	103
10	16	15	17	12	16	19	95
11	18	19	19	12	19	20	107
12	19	21	21	12	18	17	108
13	21	19	19	14	19	18	110
14	19	20	20	15	19	20	113
15	20	15	20	14	18	18	105
16	18	14	19	7	15	17	90
17	17	13	16	15	11	15	87
18	16	15	21	15	12	13	92
19	13	16	15	14	15	15	88
20	16	14	18	10	13	15	86
21	19	13	15	14	12	13	86
22	15	14	15	11	15	16	86
23	14	14	18	9	15	17	87
24	14	13	19	13	15	15	89
25	20	14	15	10	12	16	87
26	15	15	17	11	14	15	87
27	17	13	15	12	16	12	85
28	16	15	16	10	13	17	87
29	15	14	21	13	12	12	87
30	13	14	19	12	12	16	86
31	14	16	18	10	12	15	85
32	16	16	18	10	11	14	85
33	14	11	17	11	15	14	82
34	16	13	18	10	18	16	91
35	18	12	18	12	15	16	91
36	19	15	14	14	17	13	92
37	15	17	17	11	16	14	90

38	18	16	20	12	13	14	93
39	16	18	16	10	10	16	86
40	18	16	18	13	10	14	89
41	12	17	14	13	14	17	87
42	16	19	17	10	11	19	92
43	18	19	15	14	14	18	98
44	19	17	15	13	14	17	95
45	19	16	16	13	10	13	87
46	20	12	17	10	13	15	87
47	19	16	16	13	13	14	91
48	20	16	14	10	14	18	92
49	15	15	15	12	18	17	92
50	19	9	16	10	15	18	87
51	13	17	16	14	17	18	95
52	15	15	16	14	13	17	90
53	17	16	21	10	15	15	94
54	15	16	21	15	13	14	94
55	19	17	18	12	12	16	94
56	17	13	18	15	10	14	87
57	20	12	13	13	15	16	89
58	19	15	19	14	14	15	96
59	18	15	16	14	12	17	92
60	20	14	19	15	16	19	103
61	17	16	16	12	15	21	97
62	16	18	19	12	12	17	94
63	14	15	18	16	16	11	90
64	17	16	20	12	15	15	95
65	15	16	18	12	15	18	94
66	14	18	18	16	15	10	91
67	18	17	20	13	11	14	93
68	17	11	19	15	14	15	91
69	18	11	20	11	17	17	94
70	14	15	19	13	18	15	94
71	17	16	19	9	15	15	91
72	19	17	14	13	13	18	94
73	20	15	14	14	16	17	96
74	19	16	15	14	17	14	95
75	16	15	17	14	15	15	92
76	18	15	15	12	16	16	92
77	19	14	19	12	15	16	95
78	17	16	16	14	14	11	88

79	16	17	18	13	16	12	92
80	14	17	17	14	16	15	93
81	21	13	20	15	11	17	97
82	18	17	17	10	16	18	96
83	20	18	17	12	14	14	95
84	15	17	15	14	13	16	90
85	17	14	19	12	15	18	95
86	17	14	20	12	12	20	95
87	18	15	18	12	13	19	95
88	15	16	20	14	12	17	94
89	19	14	16	16	17	15	97
90	17	18	18	13	13	14	93
91	17	15	19	12	19	15	97
92	18	16	19	14	13	17	97
93	16	16	16	14	11	20	93
94	18	14	18	15	14	17	96
95	14	15	20	17	14	14	94
96	15	16	19	18	11	14	93
97	21	15	16	12	15	16	95
98	15	18	19	13	12	15	92
99	18	19	17	12	14	14	94
100	17	15	19	10	15	18	94
101	15	14	20	11	14	15	89
102	17	16	17	8	13	16	87
103	15	17	19	12	14	16	93
104	15	15	20	16	13	17	96
105	15	18	18	13	17	14	95
106	19	16	19	12	16	19	101
107	17	19	19	8	18	16	97
108	21	15	21	16	16	19	108
109	18	17	18	13	12	19	97
110	17	15	17	16	15	18	98
111	20	20	20	13	13	15	101
112	19	14	17	16	14	16	96
113	19	17	17	13	14	17	97
114	21	16	18	15	12	14	96
115	20	14	15	10	13	16	88
116	19	13	18	13	15	16	94
117	19	17	19	14	13	13	95
118	18	16	17	11	16	14	92
119	19	13	20	13	14	15	94

120	17	15	18	15	13	16	94
121	16	17	15	11	16	19	94
122	15	15	18	14	12	15	89
123	14	21	18	13	13	16	95
124	17	15	16	13	13	18	92
125	19	19	16	11	15	19	99
126	19	16	17	14	15	17	98
127	15	15	15	14	11	21	91
128	19	12	17	14	12	17	91
129	19	16	19	9	14	16	93
130	18	15	21	15	11	15	95
131	20	16	14	14	18	16	98
132	16	18	18	17	11	18	98
133	20	19	18	11	14	15	97
134	20	17	17	12	14	19	99
135	16	13	22	13	15	15	94
136	14	11	22	11	18	12	88
137	17	13	20	8	13	17	88
138	16	14	18	17	15	14	94
139	18	17	19	13	16	15	98
140	18	13	18	13	16	14	92
141	19	15	20	14	11	15	94
142	20	12	19	15	15	18	99
143	19	13	19	13	14	20	98
144	21	12	16	15	15	18	97
145	24	14	19	11	14	16	98
146	17	13	18	17	13	15	93
147	16	13	15	15	15	16	90
148	19	17	17	14	16	15	98
149	14	15	19	15	15	16	94
150	18	12	20	16	14	17	97
151	19	12	18	18	15	16	98
152	15	15	19	11	16	15	91
153	20	17	17	9	14	14	91
154	20	16	18	12	15	17	98
155	19	17	18	11	14	15	94
156	19	14	16	15	14	16	94
157	17	12	18	12	17	16	92
158	16	16	18	13	19	13	95
159	18	15	21	13	14	14	95
160	19	14	18	14	12	14	91

161	21	17	21	12	15	18	104
162	18	13	21	15	14	18	99
163	18	16	18	15	15	16	98
164	17	15	20	13	17	16	98
165	17	16	21	14	14	16	98
166	21	12	21	16	15	16	101
167	15	12	19	14	13	17	90
168	18	16	19	12	14	16	95
169	20	18	16	13	12	19	98
170	19	15	20	12	12	18	96
171	18	15	17	10	13	18	91
172	17	19	18	13	8	19	94
173	15	16	20	17	16	16	100
174	16	14	17	17	16	16	96
175	17	15	17	15	15	17	96
176	17	13	18	13	19	17	97
177	17	15	18	12	14	17	93
178	16	13	17	16	17	19	98
179	16	12	20	16	16	18	98
180	17	14	22	12	11	17	93
181	16	17	21	13	13	17	97
182	19	15	18	13	17	17	99
183	18	20	17	14	13	20	102
184	17	18	20	13	16	15	99
185	19	15	18	14	17	19	102
186	17	14	17	14	16	20	98
187	17	15	18	13	16	17	96
188	17	17	18	14	14	15	95
189	19	16	22	13	13	17	100
190	19	14	20	17	13	15	98
191	18	13	18	18	17	14	98
192	20	15	18	10	10	21	94
193	18	13	20	13	12	17	93
194	17	16	18	11	15	16	93
195	15	16	19	12	14	15	91
196	18	16	20	13	9	15	91
197	18	15	19	14	12	16	94
198	19	13	22	10	17	14	95
199	19	15	19	9	14	20	96
200	20	13	18	15	15	21	102
201	17	18	18	15	13	18	99

202	17	19	20	12	13	18	99
203	16	14	17	18	17	18	100
204	19	15	18	13	13	18	96
205	17	20	17	14	12	15	95
206	16	15	19	13	15	17	95
207	19	19	18	11	13	16	96
208	19	16	17	14	13	19	98
209	17	15	19	15	13	19	98
210	21	18	18	17	10	17	101
211	16	17	22	12	16	15	98
212	20	17	21	11	13	15	97
213	19	17	20	11	16	17	100
214	17	16	18	15	16	18	100
215	19	18	19	12	17	12	97
216	16	20	19	11	16	16	98
217	21	16	17	10	15	18	97
218	16	20	18	15	13	15	97
219	16	14	19	14	14	19	96
220	15	15	20	16	16	16	98
221	14	15	19	14	15	18	95
222	19	15	19	16	13	16	98
223	18	19	17	11	15	18	98
224	18	16	18	13	14	18	97
225	20	17	18	15	12	16	98
226	20	19	18	14	11	17	99
227	19	16	20	16	14	19	104
228	19	16	21	11	14	18	99
229	21	15	20	13	16	19	104
230	17	15	20	12	18	15	97
231	21	18	18	14	16	14	101
232	19	17	21	14	13	15	99
233	19	17	18	12	17	18	101
234	18	15	21	12	15	17	98
235	20	16	19	14	14	16	99
236	19	17	18	17	15	15	101
237	16	19	20	15	15	20	105
238	17	19	20	15	14	19	104
239	20	14	17	14	18	20	103
240	18	16	17	15	13	21	100
241	20	19	19	14	15	19	106
242	20	14	19	15	16	17	101

243	21	16	18	13	17	13	98
244	16	18	19	14	16	19	102
245	20	15	17	16	16	20	104
246	15	17	18	14	16	17	97
247	18	16	20	17	12	17	100
248	20	14	19	18	16	17	104
249	17	16	18	16	18	14	99
250	18	14	18	14	15	16	95
251	17	15	22	14	15	16	99
252	19	18	20	13	17	15	102
253	18	17	22	11	17	15	100
254	16	14	22	17	18	17	104
255	22	17	19	14	17	15	104
256	17	16	19	12	17	19	100
257	18	17	21	12	16	17	101
258	20	14	20	14	16	19	103
259	20	16	17	16	18	20	107
260	20	18	17	14	16	19	104
261	20	18	18	14	13	20	103
262	15	15	23	13	16	17	99
263	20	15	19	14	16	16	100
264	17	18	20	12	15	18	100
265	16	20	18	13	12	14	93
266	18	17	18	14	14	17	98
267	18	17	20	15	14	16	100
268	19	16	18	12	17	20	102
269	21	17	16	14	18	18	104
270	19	16	18	15	14	17	99
271	18	16	20	17	15	20	106
272	18	15	20	18	16	19	106
273	20	18	16	14	14	18	100
274	21	21	19	12	15	15	103
275	21	16	21	13	19	19	109
276	18	16	21	11	19	19	104
277	17	15	20	12	16	20	100
278	18	16	18	15	16	18	101
279	19	17	19	13	12	20	100
280	17	16	19	12	15	19	98
281	17	16	16	13	15	17	94
282	16	18	17	13	17	22	103
283	21	19	19	11	18	20	108

284	21	17	21	12	15	17	103
285	16	18	20	14	14	24	106
286	16	15	17	14	18	17	97
287	16	15	18	16	16	19	100
288	20	15	19	16	15	18	103
289	17	20	19	15	14	17	102
290	19	14	17	14	20	17	101
291	18	16	19	12	14	20	99
292	20	16	22	14	15	18	105
293	20	19	20	14	16	22	111
294	17	17	17	14	16	19	100
295	18	15	17	14	13	19	96
296	17	18	19	12	16	19	101
297	19	17	16	10	16	20	98
298	17	18	17	14	15	17	98
299	20	19	18	10	14	17	98
300	19	17	22	16	16	19	109
301	19	17	19	11	17	21	104
302	18	14	17	11	19	20	99
303	20	17	19	15	17	23	111
304	19	18	17	14	17	21	106
305	20	19	21	17	17	19	113
306	18	20	20	15	19	17	109
307	18	14	20	17	17	21	107
308	18	18	19	16	12	21	104
309	17	19	20	19	16	17	108
310	21	19	21	16	18	20	115
311	20	19	21	12	17	16	105
312	22	19	19	15	18	17	110
313	19	18	20	14	16	20	107
314	17	19	19	15	15	18	103
315	17	20	19	13	16	22	107
316	17	18	20	15	18	17	105
317	17	15	19	15	15	19	100
318	19	17	19	12	15	19	101
319	19	17	21	12	14	19	102
320	18	19	20	11	13	20	101
321	21	18	20	16	18	19	112
322	18	20	18	13	14	21	104
323	18	15	20	12	15	18	98
324	18	17	19	11	17	21	103

325	18	16	20	16	18	19	107
326	20	18	22	17	18	21	116
327	20	21	21	16	17	21	116
328	18	18	23	16	17	21	113
329	18	17	24	18	17	21	115
330	16	20	18	17	17	22	110
331	19	21	20	18	18	19	115
332	20	19	22	15	19	17	112
333	16	20	21	12	19	19	107
334	18	16	23	11	16	23	107
335	20	18	23	13	18	22	114
336	19	19	22	16	16	19	111
337	19	20	24	16	17	21	117
338	17	18	23	16	16	20	110
339	19	18	22	16	17	20	112
340	22	21	20	17	18	24	122
341	18	22	22	19	18	21	120
Total	6082	5465	6324	4563	5073	5803	33310

Fuente: Elaboración propia con base a la información obtenida de la fase de campo, 2014.

ANEXO 4 FRECUENCIAS POR ÍTEM

Tabla 1			
¿El café que produce es considerado por sus compradores como producto de buena calidad?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	25	7.3	7.3
A veces	70	20.5	27.9
Con frecuencia	103	30.2	58.1
Siempre	143	41.9	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 2			
¿Ha tenido algún rechazo de su producto por no cumplir con la calidad requerida?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A veces	54	15.8	15.8
Casi nunca	113	33.1	49.0
Nunca	174	51.0	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 3			
¿Tiene conocimiento sobre las normas de calidad del café que exige el mercado estadounidense?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	57	16.7	16.7
Bajo	191	56	72.7
Regular	65	19.1	91.8
Alto	28	8.2	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 4			
¿Su producto cuenta con estrictos controles de calidad?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	7	2.1	2.1
Casi nunca	10	2.9	5.0
A veces	97	28.4	33.4
Con frecuencia	192	56.3	89.7
Siempre	35	10.3	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 5			
¿Qué porcentaje de su producto considera que cumple con los estándares de calidad para su exportación al mercado estadounidense?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	25	7.3	7.3
Bajo	20	5.9	13.2
Regular	92	27.0	40.2
Alto	157	46.0	86.2
Muy alto	47	13.8	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 6			
¿Existen suficientes trabajadores para realizar las actividades que requiere el cultivo?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A veces	72	21.1	21.1
Con frecuencia	122	35.8	56.9
Siempre	147	43.1	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 7			
¿Con que frecuencia emplea mano de obra familiar?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	14	4.1	4.1
Casi nunca	23	6.7	10.9
A veces	45	13.2	24.0
Con frecuencia	130	38.1	62.2
Siempre	129	37.8	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 8			
¿Los trabajadores que emplea tienen el rendimiento deseado en sus actividades?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	.9	.9
Casi nunca	31	9.1	10.0
A veces	90	26.4	36.4
Con frecuencia	142	41.6	78.0
Siempre	75	22.0	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 9			
¿La mano de obra recibe capacitación con frecuencia para mejorar las técnicas de producción y cosecha?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	88	25.8	25.8
Casi nunca	72	21.1	46.9
A veces	120	35.2	82.1
Con frecuencia	57	6.7	100.0
Siempre	4	1.2	
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 10			
¿Forma parte de alguna organización de productores de café?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	171	50.1	50.1
Casi nunca	133	39.0	89.1
A veces	37	10.9	100.0
Total	341		
Fuente: elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 11			
¿El precio de su producto es determinado por sus compradores?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A veces	12	3.5	3.5
Con frecuencia	46	13.5	17.0
Siempre	283	83.0	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 12			
¿Con qué frecuencia cambia el precio de venta del café?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	41	12.0	12.0
A veces	177	51.9	63.9
Con frecuencia	98	28.7	92.7
Siempre	25	7.3	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 13
¿Cuándo hay un cambio en el precio de venta, en qué porcentaje varía?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	159	46.6	46.6
Regular	157	46.0	92.7
Alto	25	7.3	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 14
¿Considera que el precio que le pagan por su producto es suficiente?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	82	24.0	24.0
Casi nunca	83	24.3	48.4
A veces	154	45.2	93.5
Con frecuencia	22	6.5	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 15
¿Cuál es el nivel de participación de su producto en el mercado de los EE.UU?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	13	3.8	3.8
Bajo	24	7.0	10.9
Regular	49	14.4	25.2
Alto	157	46.0	71.3
Muy alto	98	28.7	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 16
¿Cómo considera el nivel de intermediación entre productores y mercado meta?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy alto	188	55.1	55.1
Alto	111	32.6	87.7
Regular	32	9.4	97.1
Bajo	10	2.9	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 17
¿La gestión para la obtención de recursos y servicios del gobierno destinados al café se lleva a cabo de una manera rápida y oportuna?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	90	26.4	26.4
Casi nunca	137	40.2	66.6
A veces	89	26.1	92.7
Con frecuencia	25	7.3	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 18
¿Considera usted que todos los productores cafetaleros tienen acceso al financiamiento y créditos por parte del gobierno?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	34	10.0	10.0
Casi nunca	85	24.9	34.9
A veces	105	30.8	65.7
Con frecuencia	99	29.0	94.7
Siempre	18	5.3	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 19
¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre los programas y subsidios del gobierno que motiven la exportación del café?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	152	44.6	44.6
Bajo	95	27.9	72.4
Regular	85	24.9	97.4
Alto	9	2.6	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 20
¿Cuál es el grado de beneficio que obtiene de los apoyos del gobierno para el desarrollo del sector cafetalero?

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	10	2.9	2.9
Bajo	37	10.9	13.8
Regular	160	46.9	60.7
Alto	134	39.3	100.0
Total	341	100.0	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

Tabla 21			
¿Considera usted que los apoyos del gobierno, impulsan el desarrollo del sector cafetalero?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	34	10.0	10.0
Casi nunca	35	10.3	20.2
A veces	130	38.1	58.4
Con frecuencia	110	32.3	90.6
Siempre	32	9.4	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 22			
¿Cómo considera los costos de las semillas, fertilizantes, químicos y demás materias primas utilizadas en la producción del café?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy elevados	84	24.6	24.6
Elevados	160	46.9	71.6
Regular	78	22.9	94.4
Poco elevados	15	4.4	98.8
Nada elevados	4	1.2	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 23			
¿Cómo considera los sueldos de los trabajadores que paga para realizar actividades relacionadas con la producción y cosecha del café?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy elevados	20	5.9	5.9
Elevados	36	10.6	16.4
Regular	84	24.6	41.1
Poco elevados	131	38.4	79.5
Nada elevados	70	20.5	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 24			
¿Cómo considera los costos de venta?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Elevados	12	3.5	3.5
Regular	23	6.7	10.3
Poco elevados	72	21.1	31.4
Nada elevados	234	68.8	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 25			
¿En general como considera sus costos de producción de café?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy elevados	66	19.4	19.4
Elevados	89	26.1	45.5
Regular	141	41.3	86.8
Poco elevados	45	13.2	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 26			
¿Compara y analiza costos para poder reducirlos en la medida que sea posible?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	80	23.5	23.5
Casi nunca	133	39.0	62.5
A veces	119	34.9	97.4
Con frecuencia	9	2.6	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 27			
¿Cuenta con información útil y conocimiento sobre la implementación de nuevas tecnologías aplicadas al sector cafetalero?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	105	30.8	30.8
Bajo	164	48.1	78.9
Regular	54	15.8	94.7
Alto	18	5.3	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 28			
¿Ha introducido variedades mejoradas en la renovación de sus cafetales?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	.9	.9
Casi nunca	36	10.6	11.4
A veces	44	12.9	24.3
Con frecuencia	157	46.0	70.4
Siempre	101	29.6	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 29			
¿Produce café orgánico?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	214	62.8	62.8
Casi nunca	90	26.4	89.1
A veces	37	10.9	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 30			
¿Elabora productos derivados del café, como artesanías, dulces, bebidas, etc.?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	149	43.7	43.7
Casi nunca	144	42.2	85.9
A veces	48	14.1	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 31			
¿Recibe asistencia técnica y capacitación para el manejo de plagas y enfermedades?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	19	5.6	5.6
A veces	59	17.3	22.9
Con frecuencia	110	32.3	55.1
Siempre	153	44.9	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

Tabla 32			
¿Con que frecuencia invierte en la adquisición de maquinaria y equipo?			
Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	51	15.0	15.0
A veces	80	23.5	38.4
Con frecuencia	102	29.9	68.3
Siempre	108	31.7	100.0
Total	341	100.0	
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.			

ANEXO 5 MODELO DE BASES CONSTITUTIVAS PARA UNA COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL MUNICIPIO DE XICOTEPEC, PUEBLA.

Bases Constitutivas de la Sociedad Cooperativa de Productores de café en el municipio de Xicotepec, Puebla

CAPITULO I DENOMINACIÓN, RESPONSABILIDAD, DOMICILIO Y OBJETO SOCIAL.

CLÁUSULA. 1ª.- **Constitución.**- Se constituye una sociedad cooperativa de productores, con patrimonio propio, capital variable y responsabilidad limitada, que se denominará_____, razón social que se podrá abreviar como____. Su domicilio legal será la ciudad de _____.

CLÁUSULA. 2da. - **Objeto.** - La Cooperativa tiene por objeto procesar y producir bienes (de latón, alimentos, muebles de madera y plástico) mediante el trabajo en común de los socios y ocasionalmente con trabajadores asalariados. Para el cumplimiento de su objetivo social la cooperativa podrá realizar todas las actividades lícitas que conduzcan a dicho fin, como también establecer oficinas, talleres y salas de venta en cualquier parte del territorio nacional.

1. CAPITULO II DE LOS SOCIOS.

CLÁUSULA. 3ra. - **Socios.** - Podrán participar como socios las personas físicas que tengan la vocación, experiencia, habilidad y calificación, que les permitan desempeñar a plenitud el trabajo que se les asigne de acuerdo al objetivo de la cooperativa.

CLÁUSULA 4ª. - **Obligaciones de los Socios.** - Son las siguientes:

- a) Participar con su trabajo personal en el proceso productivo y/o en labores de apoyo, con la puntualidad, calidad, disciplina, y productividad exigidos;
- b) Cumplir sus obligaciones económicas con la cooperativa;
- c) Asistir puntualmente a las asambleas generales, reuniones o juntas a las que sean convocados;
- d) Los socios y sus dirigentes estarán obligados a cumplir con honestidad sus tareas y funciones, proteger los bienes de la cooperativa y los intereses empresariales y sociales de la misma.

CLÁUSULA 5ª. - **Derechos de los Socios.** - Los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) Mediante un voto por socio, participar en las decisiones de la Asamblea General;

- b) Elegir y ser elegidos para los cargos directivos de la cooperativa;
- c) Acceder al trabajo de acuerdo a las actividades asignadas;
- d) Percibir los anticipos que les correspondan;
- e) Participar de los excedentes netos en proporción al valor del trabajo realizado;
- f) Separarse voluntariamente de la cooperativa, recuperar el valor de sus certificados de aportación y los intereses y otros haberes acumulados, dentro de un plazo prudencial, con la deducción por sus adeudos;
- g) Conocer los estados financieros de la cooperativa, a lo menos con una semana de anticipación a la Asamblea.

CLÁUSULA 6ª.- **Sanciones y Multas.**- Las infracciones a estas disposiciones se sancionarán con multas en dinero y/o suspensión del trabajo sin derecho a remuneración, de acuerdo a la gravedad de la falta, según resolución del Administrados. El Socio afectado podrá recurrir al Comisionado de Conciliación y Arbitraje.

CLÁUSULA 7ª .- Si el socio hubiese incurrido en falta grave, el Administrador podrá acordar la suspensión y su eventual exclusión, resolución esta última que deberá ser puesta en conocimiento de la próxima Asamblea General.

CLÁUSULA 8ª.- La cooperativa facilitará el ingreso de las mujeres al trabajo cooperativo, especialmente a las que tengan bajo su responsabilidad a una familia, Su calidad de socio le dará los mismos derechos y obligaciones que al resto de los socios.

2. CAPITULO III RÉGIMEN ECONÓMICO

CLÁUSULA. 9ª. - **El Patrimonio de la Cooperativa.** - Esta compuesto por: El Capital Social, Fondos de Reserva Legal, y otras reservas establecidas por la asamblea y por los excedentes anuales obtenidos.

CLÁUSULA 10ª. - **Capital Social.** - Las aportaciones de los socios al Capital Social serán efectuadas en dinero. La adhesión a la sociedad se expresará en la suscripción y pago de un certificado de aportación de \$_____, por cada socio cada uno y certificados de aportación excedentes o voluntarios, de igual valor. Sólo estos últimos podrán percibir intereses. El Capital inicial será de \$____, dividido en____(dividir el capital social por el valor de cada certificado) certificados de aportación y certificados voluntarios, que se pagan, a lo menos, con un 10% al contado y el resto de según a la convenido con cada socio. Por acuerdo de la Asamblea General, el Capital Social se podrá incrementar por nuevas suscripciones y pago de certificados de aportación excedentes por parte de los socios, mediante sistemas de capitalización voluntarios o igualitarios; con el todo o parte de los excedentes netos anuales obtenidos por cada socio,

que se acuerden capitalizar. Los certificados excedentes percibirán el interés que fije el Administrador en el mes de diciembre de cada año, de acuerdo con las posibilidades económicas de la sociedad cooperativa, reflejados en el programa de operación vigente, tomando como referencia las tasas que apliquen los bancos a los depósitos a plazo. Dichos intereses serán considerados como gastos financieros.

CLÁUSULA 11ª. - Fondo de Reserva. - Este fondo está destinado a cubrir las eventuales pérdidas que se produzcan en la cooperativa. El fondo de reserva es irrepartible, razón por la cual los socios que se retiren o sean excluidos no pueden alegar participación del mismo. Se incrementará con el 20% de los excedentes neto que la cooperativa obtenga en cada ejercicio social y por las donaciones, subsidios, y legados que reciban, y el porcentaje que se asigne como resultado del reavalúo anual de los activos de la cooperativa.

CLÁUSULA 12ª.- Fondo de Previsión Social.- Inicialmente estará destinado a cubrir una cuota mortuoria, cuyo monto se fijara cada año, como ayuda por única vez a la familia del socio fallecido; éste fondo se constituirá como una provisión anual equivalente a un porcentaje no inferior al 0.5% de las ventas netas de la cooperativa. Si los recursos de la sociedad lo permiten, podrá destinarles también a alguno de los beneficios señalados en el artículo 57 de la Ley.

CLÁUSULA 13ª .- Fondo de la Educación Cooperativa.- Se incrementará mensualmente con una provisión no inferior al 1% del total de las ventas o ingresos netos de la cooperativa. Este fondo se podrá destinar exclusivamente al financiamiento de programas, actividades y eventos para la formación de los recursos humanos, para lograr una mejor calidad de los productos y servicios, mayor productividad, rentabilidad social y económica de la empresa cooperativa. Las actividades de educación cooperativa son obligatorias para todos los socios.

CLÁUSULA 14ª.- Excedentes.- Una vez cubiertos los gastos de todo tipo, incluidos los intereses sobre el capital; separadas las provisiones a los fondos de Previsión Social y Educación Cooperativa, se determinará el excedente neto, el cual se distribuirá de la siguiente forma: Del total se destinara el 20% a Fondo de Reserva y los porcentos establecidos por la Asamblea General para otras reservas especiales. El “excedente a repartir” se distribuirá entre los socios en proporción al valor del trabajo realizado durante el año calendario.

CAPITULO IV FUNCIONAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN

CLÁUSULA 15ª.- Dirección, Administración y Vigilancia.- Mientras la cooperativa cuente con diez socios o menos, tendrá una estructura administrativa simplificada, en los términos señalados en las

cláusulas siguientes, de acuerdo a los artículos 43, inciso segundo, y 45, inciso final, de la Ley de Cooperativas. Cuando la cooperativa tenga más de diez socios, deberá adoptar la estructura normal señalada en la Ley.

CLÁUSULA 16ª. - La Asamblea General. - Es la autoridad suprema y sus acuerdos obligan a los socios presentes, ausentes y disidentes. La asamblea general ordinaria se realizará cada año en el mes de abril, así como las extraordinarias, que se efectuaran en cualquier fecha. Podrán ser convocadas por la Asamblea General; por acuerdo del Administrador, del Comisionado de Vigilancia o por petición escrita de a lo menos el 20% de los socios. La citación escrita deberá expedirse con a los menos 7 días naturales de anticipación, en la cual se indique día, hora, lugar de reunión y orden del día, dejando constancia de la recepción por parte de cada socio o alguno de sus familiares directos. Además, la citación deberá exhibirse en un lugar visible del domicilio social.

CLÁUSULA 17ª Atribuciones. - Corresponderá exclusivamente a la Asamblea General resolver las siguientes materias:

- A) Aprobar en su caso el proyecto de estructura y organización interna;
- b) Aceptar el ingreso, excluir y conocer la renuncia de los socios;
- c) Modificar las bases constitutivas;
- d) Aprobar el plan operativo anual, que presente el Administrador;
- e) Nombrar y remover con motivo justificado, al Administrador General y/o los comisionados;
- f) Conocer y pronunciarse sobre los estados financieros de la cooperativa, previo informe de del Comisionado de Vigilancia;
- g) Aprobar, en su caso, el proyecto de reparto de excedentes, elaborados por el Administrador,
- h) Conocer los informes del Administrador y del Comisionado de Vigilancia;
- i) Cuando exista presunción de delitos, establecer las responsabilidades del administrador y los comisionados, para el efecto de aplicar las sanciones y/o efectuar las denuncias o querellas que procedan ante los tribunales competentes;
- j) Aplicar las sanciones disciplinarias de los socios;
- k) Conocer y aprobar la compra, venta o hipoteca de los bienes raíces propiedad de la cooperativa;
- l) Aprobar la disolución y liquidación voluntaria de la cooperativa;
- m) Ejercer todas las facultades señaladas en el artículo 36 de la ley de cooperativas.

Los acuerdos señalados anteriormente deberán tomarse por la mayoría de votos en la Asamblea General, salvo los correspondientes a las letras e), l) K) y l), que requerirán una mayoría de los dos tercios de los socios presentes.

CLÁUSULA 18ª.- **Asambleas Extraordinarias.**- Solo podrán tratarse en Asambleas Generales Extraordinarias las materias indicadas en el artículo anterior, incisos : c), i) y l).

CLÁUSULA 19ª. - **Administrador General.** - Será designado por la Asamblea General, por un período de cinco años, mediante voto secreto. Terminado su período, el Administrador podrá ser reelecto cuando lo aprueben las dos terceras partes o más de la Asamblea General. Los responsables del manejo financiero requerirán aval solidario o fianza.

CLÁUSULA 20ª.- **Facultades del Administrador.**- Es el encargado de ejecutar los mandatos y acciones que determine la Asamblea General de socios y tendrá las siguientes facultades y responsabilidades:

- A) Representar a la sociedad cooperativa y la firma social. Puede delegar las facultades que estime procedentes en los comisionados o Gerentes que designe;
- b) Cuidar de la buena marcha de las operaciones sociales y de su expansión en el mercado;
- c) Proteger y cuidar los bienes físicos, recursos financieros y valores, propiedad de la cooperativa, manteniendo, además, sus inventarios y contabilidad actualizados;
- d) Practicar todas las operaciones necesarias para lograr el objeto de la cooperativa y celebrar los actos y contratos respectivos;
- e) Elaborar el plan operativo anual, para someterlo a al consideración de la Asamblea General;
- f) Ordenar la elaboración del balance general y estado de resultados, con sus respectivos anexos, al 31 de Diciembre de cada año, someterlos a consideración del Comisionado de Vigilancia y de la Asamblea General;
- g) Redactar el informe anual de actividades, en donde se de cuenta detallada de las actividades económicas, financieras y sociales realizadas en el año;
- h) Someter a la consideración de la Asamblea el proyecto de distribución excedente; i) Decidir sobre el ingreso a una federación o unión de cooperativas y obtener la ratificación respectiva en la primera Asamblea General que se realice;
- j) Adquirir acciones o derecho de empresas mercantiles, con el objeto de lograr una mejor articulación en la respectiva rama industrial o de servicios;
- k) De acuerdo a la cláusula 7ª de las presentes bases, sancionar con multas y suspender a los socios, con o sin derecho a la remuneración de la Asamblea General;
- l) Preocuparse de las relaciones laborales,
- m) Se le torga poder general para pleitos, cobranzas, actos de administración y actos de dominio, salvo los relativos a bienes inmuebles, en los términos de los tres primeros párrafos del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil vigente en este Distrito Federal y sus correlativos en cualquier estado de la República Mexicana en donde se ejercite; con todas las facultades generales y

aún las especiales que conforme a la ley requieran poder o cláusula especial, inclusive las facultades especiales, enunciadas los artículos dos mil quinientos setenta y cuatro, dos mil quinientos ochenta y siete y dos mil quinientos noventa y tres, del Código Civil vigente en este Distrito Federal y sus correlativos en los demás estados de la República Mexicana en donde se ejercite incluyendo el otorgamiento y revocación de poderes, los cuales no podrán ser irrevocables, pudiendo ejercitar el presente poder ante toda clase de personas o autoridades de cualquier orden y grado, sean municipales, locales o federales, fiscales, judiciales, civiles, penales, administrativas, del trabajo o de cualquier otra índole, pudiendo intentar y desistirse de toda clase de juicios, acciones y procedimientos ya sean civiles, mercantiles penales administrativos, fiscales, contenciosos y laborales, inclusive promover el juicio de amparo y desistirse de él, absolver y articular posiciones, transigir, recibir pagos, presentar posturas, hacer pujas y mejorar en remates, comprometer en árbitros, intentar y proseguir juicios, incidentes, recursos y apelaciones ordinarias y extraordinarias, recusar, entablar denuncias y querellas penales y otorgar el perdón a que se refiere el artículo noventa y tres de código penal, coadyuvar como parte civil del Ministerio Público, así como exigir la reparación del daño proveniente del delito, quedando autorizado para firmar cuantos documentos públicos o privados fueren menester para el cabal cumplimiento de estas facultades; y

n) En general, de todo aquello que procure el mejor manejo de los intereses sociales, económicos y financieros de la empresa y sus relaciones con el medio en donde se desenvuelve.

CLÁUSULA 21ª .- Comisionado de Vigilancia.- Tiene por misión supervisar y vigilar todas las actividades económicas, financieras y sociales de la empresa cooperativa. Será elegido por la Asamblea y permanecerá en el cargo durante cinco años. Podrá ser reelegido solo con una votación mayor a los dos tercios de los socios. No podrá intervenir en la actividades ejecutivas que son propias del Administrador, salvo en los casos en que por su gravedad deba imponer por escrito el derecho a veto que le otorga el artículo 46 de la Ley de Cooperativas. El Comisionado de Vigilancia estará facultado para: Revisar los libros y toda la documentación sustentante de la contabilidad, la documentación administrativa; la correspondencia con los clientes, proveedores, socio y asalariados; los estados de cuenta y todos los documentos bancarios, los inventarios de bienes y mercancías; libros de actas y otros libros sociales; y otro documento que se refiera a operaciones o actividades de la empresa. El Administrador, los gerentes y comisionados, los mandos medios y el personal de apoyo, están obligados a facilitarle con prontitud toda la documentación que se solicite. Periódicamente deberá efectuar arqueos de caja sorpresivo, conciliaciones bancarias a cualquier fecha; revisión de saldos deudores, especialmente las cuentas del Administrador, de los gerentes o comisionados, de los socios y de los trabajadores asalariados y clientes deudores; comprobación de la efectividad de los controles de inventarios de mercancías, de bienes físicos y valores; revisar la utilización que se le da a los presupuestos y su seguimiento; Anualmente le corresponde presencia y colaborar en la toma del inventario físico de fin de año y su valoración; en la comprobación del arqueo de caja; en la

conciliación bancaria, y dar opinión sobre los resultados de las operaciones teniendo como base los estados financieros que serán presentados a la Asamblea General. El comisionado de Vigilancia deberá elaborar un informe anual de sus actividades y resultados, para ser presentado a la Asamblea General y al Administrador. Para realizar estas actividades, el Comisionado de Vigilancia debe lograr una autorización de la Asamblea General para contratar un contador que le asesore y/o colabore en sus tareas de comprobación y vigilancia, si la complejidad de la empresa lo amerita.

CLÁUSULA 22ª. - Comisionado de Conciliación y Arbitraje. - Tiene por misión mediar y conciliar en los conflictos que se susciten entre los socios o entre ello y las autoridades de la cooperativa, con el objeto de llegar a avenimiento. Además, a petición escrita de las partes, la Comisión puede arbitrar den cualquier controversia, en cuyo caso el fallo será inapelable. La Comisión deberá dejar constancia de sus actividades de conciliación, los resultados obtenidos y en el caso de arbitraje, dejar testimonio de la presentación de las partes, de los documentos y declaraciones de los implicados y sus testigos; del fallo definitivo.

CLÁUSULA 23ª.- Comisionado de Educación Cooperativa.- Las tareas principales del Comisionado son las siguientes : Detectar las necesidades de capacitación entre los socios, tanto para su mejor desempeño en el trabajo y la adaptación a nuevas tecnologías; capacitación empresarial para el ámbito interno y del entorno, para conocer mejor el mercado, la competencia, los estímulos y programas de fomento, el sistema financiero, Formular los programas de capacitación y sus indicadores de éxito, hacer los presupuestos de educación y someterlos a la aprobación del Consejo de Administración o Administrador, el cual de acuerdo con las disponibilidades económicas de la cooperativa, proveerá los medios financieros posibles, con cargo al Fondo de Educación y concertará las ayudas técnicas de instituciones o profesionales, que posibiliten el desarrollo del programa, con cargo de presupuesto vigente.

CAPITULO V DE LA CONTABILIDAD

CLÁUSULA 24ª .- Norma.- Los Administradores de la cooperativa están obligados a llevar una contabilidad fidedigna y actualizada de todas las operaciones sociales, única forma de dar debida cuenta de los dineros entregados por los socios para su administración.- De acuerdo a las normas establecidas por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, la cooperativa de productores deberá acogerse al sistema de contabilidad general o al modelo simplificado.

CLÁUSULA 25ª.- Cierre del ejercicio .- El ejercicio anual deberá concluir el 31 de diciembre de cada año, fecha en la cual se deberá tomar el inventario de los bienes físicos y de los valores; hacer arqueo de caja, conciliar las cuentas bancarias y comprobar la relación de deudores y

acreedores; cerrar los libros de contabilidad, elaborar el balance general, el estado de resultados y los anexos que se estimen necesarios. Los libros de contabilidad serán los indicados por la Secretaría de Hacienda y crédito Público, los cuales deben ser sellados y registrados en esta dependencia. Además se abrirán a lo menos el libro auxiliar de la cuenta Capital Social, con el desglose de los aportes de los socios; libreta de banco y libros de vencimiento de deudores y acreedores.

CLÁUSULA 26ª. - **Libros Sociales.** - Deberán a abrirse el libro de actas de las Asambleas Generales y archivos informes del Administrado, informes de los Comisionados de Vigilancia, de Conciliación y Arbitraje y de Educación Cooperativa.

CAPITULO VI DISOLUCIÓN DE LA COOPERATIVA

CLÁUSULA 27ª.- La cooperativa podrá disolverse en forma voluntaria, por haber cumplido su objetivo social o porque el estado económico de la sociedad no permita continuar con las operaciones, mediante la resolución fundada de la Asamblea General adoptado por dos tercios de los socios presentes. En caso de quiebra o suspensión de pagos los órganos jurisdiccionales correspondientes se pronunciara sobre la materia y aplicaran las disposiciones legales del caso. Si la cooperativa se disuelve por fusión con otra cooperativa, la sociedad fusionante tomará a su cargo los derechos y obligaciones de las empresas fusionadas.

CLÁUSULA FINAL. - En lo no previsto en las presentes bases constitutiva se aplicarán las disposiciones de la Ley General de Sociedades Cooperativas.

ANEXO 6 MARCO JURÍDICO APLICABLE PARA UNA COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE CAFÉ EN EL MUNICIPIO DE XICOTEPEC, PUEBLA

1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Según la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su Título Primero, Capítulo I De las Garantías Individuales:

Artículo 25.- Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución.

El Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará al cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución.

Al desarrollo económico nacional concurrirán, con responsabilidad social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica que contribuyan al desarrollo de la Nación.

El sector público tendrá a su cargo, de manera exclusiva, las áreas estratégicas que se señalan en el Artículo 28, párrafo cuarto de la Constitución, manteniendo siempre el Gobierno Federal la propiedad y el control sobre los organismos que en su caso se establezcan.

Asimismo podrá participar por sí o con los sectores social y privado, de acuerdo con la ley, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del desarrollo.

Bajo criterios de equidad social y productividad se apoyará e impulsará a las empresas de los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el medio ambiente.

La ley establecerá los mecanismos que faciliten la organización y la expansión de la actividad económica del sector social: de los ejidos, organizaciones de trabajadores, cooperativas, comunidades, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores y, en

general, de todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.

La ley alentará y protegerá la actividad económica que realicen los particulares y proveerá las condiciones para que el desenvolvimiento del sector privado contribuya al desarrollo económico nacional, en los términos que establece esta Constitución.

2. LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

TÍTULO I - Disposiciones generales

ARTÍCULO 1

Las personas físicas y las morales, están obligadas al pago del impuesto sobre la renta en los siguientes casos:

I. Las residentes en México, respecto de todos sus ingresos, cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan.

II. Los residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente en el país, respecto de los ingresos atribuibles a dicho establecimiento permanente.

III. Los residentes en el extranjero, respecto de los ingresos procedentes de fuentes de riqueza situadas en territorio nacional, cuando no tengan un establecimiento permanente en el país, o cuando teniéndolo, dichos ingresos no sean atribuibles a éste.

ARTÍCULO 8

Cuando en esta Ley se haga mención a persona moral, se entienden comprendidas, entre otras, las sociedades mercantiles, los organismos descentralizados que realicen preponderantemente actividades empresariales, las instituciones de crédito, las sociedades y asociaciones civiles y la asociación en participación cuando a través de ella se realicen actividades empresariales en México.

En los casos en los que se haga referencia a acciones, se entenderán incluidos los certificados de aportación patrimonial, emitidos por las sociedades nacionales de crédito, las partes sociales, las participaciones en asociaciones civiles y certificados de aportación ordinarios emitidos con base en fideicomisos sobre acciones que sean autorizados conforme a la legislación aplicable en materia de inversión extranjera; asimismo, cuando se haga referencia accionistas, quedaran comprendidos los

titulares de los certificados a que se refiere este párrafo, de las partes sociales y de las participaciones señalados.

Tratándose de sociedades cuyo capital está representado por partes sociales, cuando en esta ley se haga referencia al costo comprobado de adquisición de acciones se deberá considerar la parte alícuota que representen las partes sociales en el capital social de las sociedades que se trate.

El sistema financiero, para los efectos de esta Ley, se compone por las instituciones de crédito de seguros y de fianzas, sociedades controladoras de grupos financieros, almacenes generales de depósito, administradoras de fondos para el retiro, arrendadoras financieras, uniones de crédito, sociedades financieras populares, sociedades de inversión de renta variables, sociedades de inversión en Instrumentos de deuda, empresas de factoraje financiero, casas de bolsa, casas de cambio y sociedades financieras de objeto limitado, que sean residentes en México o en el extranjero. Asimismo, se considerarán integrantes del sistema financiero a las sociedades financieras de objeto múltiple a las que se refiere la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito que tengan cuentas y documentos por cobrar derivados de las actividades que deben constituir su objeto social principal, conforme a lo dispuesto en dicha ley, que representen al menos el setenta por ciento de sus activos totales, o bien, que tengan ingresos derivados de dichas actividades y de la enajenación o administración de los créditos otorgados por ellas, que representen al menos el setenta por ciento de sus ingresos totales. Para los efectos de la determinación del porcentaje del setenta por ciento, no se considerarán los activos o ingresos que deriven de la enajenación a crédito de bienes o servicios de las propias sociedades, de las enajenaciones que se efectúen con cargo a tarjetas de crédito o financiamientos otorgados por terceros.

Tratándose de sociedades de objeto múltiple de nueva creación, el Servicio de Administración Tributaria mediante resolución particular en la que se considere el programa de cumplimiento que al efecto presente el contribuyente podrá establecer para los tres primeros ejercicios de dichas sociedades, un porcentaje menor al señalado en el párrafo anterior, para ser consideradas como integrantes del sistema financiero para los efectos de esta Ley.

Para los efectos de esta Ley, se considera previsión social, las erogaciones efectuadas por los patrones a favor de sus trabajadores que tengan por objeto satisfacer contingencias o necesidades presentes o futuras, así como el otorgar beneficios a favor de dichos trabajadores, tendientes a su superación física, social, económica o cultural, que les permitan el mejoramiento en su calidad de vida y en la de su familia.

TÍTULO II - De las personas morales

ARTÍCULO 10

Las personas morales deberán calcular el impuesto sobre la renta, aplicando al resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 28%.

El impuesto que se haya determinado conforme al párrafo anterior, después de aplicar, en su caso, la reducción a que se refiere el penúltimo párrafo del artículo 81 de esta Ley, será el que se acreditará contra el impuesto al activo del mismo ejercicio, y será el causado para determinar la diferencia que se podrá acreditar adicionalmente contra el impuesto al activo, en los términos del artículo 9o. de la Ley del Impuesto al Activo.

El resultado fiscal del ejercicio se determinará como sigue:

- I. Se obtendrá la utilidad fiscal disminuyendo de la totalidad de los ingresos acumulables obtenidos en el ejercicio, las deducciones autorizadas por este Título. Al resultado obtenido se le disminuirá, en su caso, la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas pagada en el ejercicio, en los términos del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- II. A la utilidad fiscal del ejercicio se le disminuirán, en su caso, las pérdidas fiscales pendientes de aplicar de ejercicios anteriores.

El impuesto del ejercicio se pagará mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes a la fecha en la que termine el ejercicio fiscal.

Las personas morales que realicen exclusivamente actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras o silvícola, podrán aplicar lo dispuesto en el penúltimo párrafo del artículo 81 de esta Ley.

DISPOSICIONES DE VIGENCIA TEMPORAL DE LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

ARTÍCULO SEGUNDO. Para los efectos de lo dispuesto en la Ley del Impuesto sobre la Renta, se aplicarán las siguientes disposiciones:

- I. Para el ejercicio fiscal de 2005, se estará a lo siguiente:
 - a) Para los efectos del primer párrafo del artículo 10 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, se aplicará la tasa del 30%.
- II. Para el ejercicio fiscal de 2006, se estará a lo siguiente:
 - a) Para los efectos del primer párrafo del artículo 10 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, se aplicará la tasa del 29%.

TÍTULO II - De las personas morales

CAPÍTULO I - De los ingresos

ARTÍCULO 17

Las personas morales residentes en el país, incluida la asociación en participación, acumularán la totalidad de los ingresos en efectivo, en bienes, en servicio, en crédito o de cualquier otro tipo, que obtengan en el ejercicio, inclusive los provenientes de sus establecimientos en el extranjero. El ajuste anual por inflación acumulable es el ingreso que obtienen los contribuyentes por la disminución real de sus deudas.

Para los efectos de este Título, no se consideran ingresos los que obtenga el contribuyente por aumento de capital, por pago de la pérdida por sus accionistas, por primas obtenidas por la colocación de acciones que emita la propia sociedad o por utilizar para evaluar sus acciones el método de participación ni los que obtengan con motivo de la reevaluación de sus activos y de su capital. Las personas morales residentes en el extranjero, así como cualquier entidad que se considere como persona moral para efectos impositivos en su país, que tengan uno o varios establecimientos permanentes en el país, acumularán la totalidad de los ingresos atribuibles a los mismos. No se considerará ingreso atribuible a un establecimiento permanente la simple remesa que obtenga de la oficina central de la persona moral o de otro establecimiento de ésta.

No serán acumulables para los contribuyentes de este Título, los ingresos por dividendos o utilidades que perciban de otras personas morales residentes en México. Sin embargo, estos ingresos incrementarán la renta gravable a que se refiere el artículo 16 de esta Ley.

ARTÍCULO 29

Los contribuyentes podrán efectuar las deducciones siguientes:

- I. Las devoluciones que se reciban o los descuentos o bonificaciones que se hagan en el ejercicio.
- II. El costo de lo vendido.
- III. Los gastos netos de descuento, bonificaciones o devoluciones.
- IV. Las inversiones.
- V. Derogado.
- VI. Los créditos incobrables y las pérdidas por caso fortuito, fuerza mayor o por enajenación de bienes distintos a los que se refiere el primer párrafo de la fracción II de este artículo.
- VII. Las aportaciones efectuadas para la creación o incremento de reservas para fondos de pensiones o jubilaciones del personal, complementarias a las que establece la Ley del Seguro Social, y de primas de antigüedad constituidas en los términos de esta Ley.

VIII. Las cuotas pagadas por los patrones al Instituto Mexicano del Seguro Social, incluso cuando éstas sean a cargo de los trabajadores.

IX. Los intereses devengados a cargo en el ejercicio, sin ajuste alguno. En el caso de los intereses moratorios, a partir del cuarto mes se deducirán únicamente los efectivamente pagados. Para estos efectos, se considera que los pagos por intereses moratorios que se realicen con posterioridad al tercer mes siguiente a aquél en el que se incurrió en mora cubren, en primer término, los intereses moratorios devengados en los tres meses siguientes a aquél en el que se incurrió en mora, hasta que el monto pagado exceda al monto de los intereses moratorios devengados deducidos correspondientes al último periodo citado.

X. El ajuste anual por inflación que resulte deducible en los términos del artículo 46 de esta Ley.

XI. Los anticipos y los rendimientos que paguen las sociedades cooperativas de producción, así como los anticipos que entreguen las sociedades y asociaciones civiles a sus miembros, cuando los distribuyan en los términos de la fracción II del artículo 110 de esta Ley.

Cuando por los gastos a que se refiere la fracción III de este artículo, los contribuyentes hubieran pagado algún anticipo, éste será deducible siempre que se cumpla con los requisitos establecidos en el artículo 31. , Fracción XIX de esta Ley.

TÍTULO II - De las personas morales

CAPÍTULO II - De las deducciones

SECCIÓN I - De las deducciones en general

ARTÍCULO 31—Las deducciones autorizadas en este Título deberán reunir los siguientes requisitos:

I. Ser estrictamente indispensable para los fines de la actividad del contribuyente, salvo que se trate de donativos no onerosos ni remunerativos, que satisfagan los requisitos previstos en esta ley y en las reglas generales que para el efecto establezca el servicio de administración tributaria y que se otorguen en los siguientes casos:

a) A la Federación, entidades federativas o municipios, así como a sus organismos descentralizados que tributen conforme al Título III de la presente Ley.

b) A las entidades a las que se refiere el artículo 96 de esta Ley.

c) A las personas morales a que se refieren los artículos 95, fracción XIX y 97 de esta Ley.

d) A las personas morales a las que se refieren las fracciones VI, X, XI y XX del artículo 95 de esta Ley y que cumplan con los requisitos establecidos en las fracciones II, III, IV y V del artículo 97 de la misma.

e) A las asociaciones y sociedades civiles que otorguen becas y cumplan con los requisitos del artículo 98 de esta Ley.

f) A programas de escuela empresa.

El Servicio de Administración Tributaria publicará en el Diario Oficial de la Federación y dará a conocer en su página electrónica de Internet los datos de las instituciones a que se refieren los incisos b), c), d) y e) de esta fracción que reúnan los requisitos antes señalados.

II. Que cuando esta Ley permita la deducción de inversiones se proceda en los términos de la Sección II de este capítulo.

III. Estar amparadas con documentación que reúna los requisitos que señalen las disposiciones fiscales relativas a la identidad y domicilio de quien la expida, así como de quien adquirió el bien de que se trate o recibió el servicio y que los pagos cuyo monto exceda de \$2,000.00, se efectúen mediante cheque nominativo del contribuyente, tarjeta de crédito, de débito o de servicios, o a través de los monederos electrónicos que al efecto autorice el Servicio de Administración Tributaria, excepto cuando dichos pagos se hagan por la prestación de un servicio personal subordinado.

Tratándose del consumo de combustibles para vehículos marítimos, aéreos y terrestres, el pago deberá efectuarse mediante cheque nominativo del contribuyente, tarjeta de crédito, de débito o de servicios, a través de los monederos electrónicos a que se refiere el párrafo anterior, aun cuando dichos consumos no excedan el monto de \$2,000.00.

Los pagos que en los términos de esta fracción deban efectuarse mediante cheque nominativo del contribuyente, también podrán realizarse mediante traspasos de cuentas en instituciones de crédito o casas de bolsa.

Las autoridades fiscales podrán liberar de la obligación de pagar las erogaciones con cheques nominativos, tarjetas de crédito, de débito, de servicios, monederos electrónicos o mediante traspasos de cuentas en instituciones de crédito o casas de bolsa a que se refiere esta fracción, cuando las mismas se efectúen en poblaciones o en zonas rurales, sin servicios bancarios.

Cuando los pagos se efectúen mediante cheque nominativo, éste deberá ser de la cuenta del contribuyente y contener su clave del Registro Federal de Contribuyentes así como, en el anverso del mismo la expresión "para abono en cuenta del beneficiario".

Los contribuyentes podrán optar por considerar como comprobante fiscal para los efectos de las deducciones autorizadas en este Título, los originales de los estados de cuenta de cheques emitidos por las instituciones de crédito, siempre que se cumplan los requisitos que establece el artículo 29-C del Código Fiscal de la Federación.

IV. Estar debidamente registradas en contabilidad y que sean restadas una sola vez.

RENTA. PARA DETERMINAR SI EL GASTO QUE EL CONTRIBUYENTE PRETENDE DEDUCIR ES ESTRICTAMENTE NECESARIO PARA SUS FINES DEBE ATENDERSE A SU OBJETO SOCIAL (ARTÍCULO 24, FRACCIÓN I, DE LA

LEY QUE REGULA EL IMPUESTO RELATIVO, VIGENTE HASTA EL TREINTA Y UNO DE DICIEMBRE DE DOS MIL UNO). El artículo 24, fracción I, de la Ley del Impuesto sobre la Renta prevé como deducciones autorizadas, los gastos que sean estrictamente indispensables para los fines de la actividad del contribuyente, para lo cual debe atenderse al objeto de la persona moral, por ser éste el que marca la directriz de tal actividad y el que determinará si es preponderante o no la erogación para cumplir con sus fines, sin que obste que dichos desembolsos carezcan de una relación directa o inmediata con un ingreso, de modo causal, debido a que únicamente se requiere que contribuyan de modo indirecto a la obtención del mismo. Por ende, si en el acta constitutiva de la sociedad se pactó como parte del objeto social la promoción, superación y actualización de los conocimientos profesionales de los socios y asociados, los gastos que se realicen para satisfacer tales propósitos sí son estrictamente indispensables, en virtud de que tienden a satisfacer una necesidad del contribuyente y coadyuvan a alcanzar sus fines.

SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL DÉCIMO CUARTO CIRCUITO.

Revisión fiscal 18/2002. Administrador Local Jurídico de Mérida. 31 de mayo de 2002. Unanimidad de votos. Ponente: Luisa García Romero. Secretaria: Leticia Evelyn Córdova Caballos.

Instancia: 2a. Sala Época: 9a. Época Localización NOVENA ÉPOCA Instancia Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Diciembre de 2004 Tesis: 2a. CIII/2004 Página: 565 Materia: Administrativa Tesis aislada. Rubro: RENTA. INTERPRETACIÓN DEL TÉRMINO "ESTRICTAMENTE INDISPENSABLES" A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 31, FRACCIÓN", DE LA LEY DEL IMPUESTO RELATIVO (LEGISLACIÓN VIGENTE EN 2002).

Texto: El precepto citado establece que las deducciones autorizadas por el título II, relativo a las personas morales, entre otros requisitos, deben ser "estrictamente indispensables" para los fines de la actividad del contribuyente. Ahora bien, la concepción genérica de dicho requisito se justifica al atender a la cantidad de supuestos que en cada caso concreto pueden recibir aquel calificativo; por tanto, como es imposible definir todos los supuestos factibles o establecer reglas generales para su determinación, dicho término debe interpretarse atendiendo a los fines de cada empresa y al gasto específico de que se trate. En tales condiciones, el carácter de indispensable se encuentra vinculado con la consecución del objeto social de la empresa, es decir, debe tratarse de un gasto necesario para que se cumplimenten en forma cabal sus actividades, de manera que de no realizarlo, éstas tendrían que disminuirse o suspenderse; de ahí que el legislador únicamente permite excluir erogaciones de esa

naturaleza al considerar la capacidad contributiva del sujeto, cuando existan motivos de carácter jurídico, económico y/o social que lo justifiquen.

Precedentes Amparo en revisión 1386/2004. Fomento Agropecuario y Comercial, S.A. de C.V. 5 de noviembre de 2004. Cinco votos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: César de Jesús Molina Suárez.

V. Cumplir con las obligaciones establecidas en esta Ley en materia de retención y entero de impuestos a cargo de terceros o que, en su caso, se recabe de éstos copia de los documentos en que conste el pago de dichos impuestos. Tratándose de pagos al extranjero, éstos sólo se podrán deducir siempre que el contribuyente proporcione la información a que esté obligado en los términos del artículo 86 de esta Ley.

Los pagos que a la vez sean ingresos en los términos del Capítulo I del Título IV, de esta Ley, se podrán deducir siempre que se cumpla con las obligaciones a que se refiere el artículo 118, fracciones I, II, V y VI de la misma, así como las disposiciones que regulan los subsidios para el empleo y para la nivelación del ingreso, en su caso y los contribuyentes cumplan con la obligación de inscribir a los trabajadores en el Instituto Mexicano del Seguro Social cuando estén obligados a ello, en los términos de las leyes de seguridad social.

IX. Tratándose de pagos que a su vez sean ingresos de contribuyentes personas físicas, de los contribuyentes a que se refieren el Capítulo VII de este Título, así como de aquéllos realizados a los contribuyentes a que hace referencia el último párrafo de la fracción I del artículo 18 de esta Ley y de los donativos, éstos sólo se deduzcan cuando hayan sido efectivamente erogados en el ejercicio de que se trate. Sólo se entenderán como efectivamente erogados cuando hayan sido pagados en efectivo, mediante traspasos de cuentas en instituciones de crédito o casas de bolsa, o en otros bienes que no sean títulos de crédito. Tratándose de pagos con cheque, se considerará efectivamente erogado en la fecha en la que el mismo haya sido cobrado o cuando los contribuyentes transmitan los cheques a un tercero, excepto cuando dicha transmisión sea en procuración. También se entiende que es efectivamente erogado cuando el interés del acreedor queda satisfecho mediante cualquier forma de extinción de las obligaciones.

Cuando los pagos a que se refiere el párrafo anterior se efectúen con cheque, la deducción se efectuará en el ejercicio en que éste se cobre, siempre que entre la fecha consignada en la documentación comprobatoria que se haya expedido y la fecha en que efectivamente se cobre dicho cheque no hayan transcurrido más de cuatro meses.

Pago: Pago es sinónimo de cumplimiento de la obligación. Al efecto, entendemos por cumplimiento de una obligación, la realización de la prestación a que estaba obligado el deudor, frente al acreedor. El CC regula lo relativo al pago, definiéndolo de la siguiente manera "Pago o cumplimiento es la entrega de la cosa "debida o la prestación del servicio que se hubiere prometido" (art. 2062). La propia definición de pago nos indica la sustancia del mismo, o sea que debe pagarse: la prestación de la misma, el contenido de la obligación de dar de hacer o abstenerse.

Obligación: Es un vínculo jurídico por el que somos constreñidos por la necesidad de pagar alguna cosa según las Leyes.

Pasivo según el boletín C-9 de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados: Un pasivo es el conjunto o segmento cuantificable, de las obligaciones presentes de una entidad, virtualmente ineludibles, de transferir activos o proporcionar servicios en el futuro a otras entidades, como consecuencia de transacciones o eventos pasados. Invariablemente todos los pasivos de la entidad se necesitan ser valuados y reconocidos en el balance general. Los pasivos de proveedores de servicios deben reconocerse en el momento en que estos son recibidos por la entidad. Un deudor dejara de reconocer un pasivo sólo si éste ha sido extinguido.

Adicionalmente el Boletín A-11 define lo que es Conjunto o segmento cuantificable de los pasivos, y es cuando, un pasivo es identificable separadamente del resto de las obligaciones y poseen el atributo de ser medibles en unidades monetarias en un grado suficientemente confiable.

Provisión según el boletín C-9 de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados: Son pasivos en los que su cuantía o vencimientos son inciertos.

Gasto según el boletín A-11 de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados: Es el decremento bruto de activos o incremento de pasivos experimentados por una entidad, con efecto en su utilidad neta, durante un periodo contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades primarias o normales y que tienen por consecuencia la generación de ingresos. Los gastos deben registrarse en los resultados al periodo al que correspondan.

XIX. Que al realizar las operaciones correspondientes o a más tardar el último día del ejercicio se reúnan los requisitos que para cada deducción en particular establece esta Ley. Tratándose únicamente de la documentación comprobatoria a que se refiere el primer párrafo de la fracción III de este artículo, ésta se obtenga a más tardar el día en que el contribuyente deba presentar su declaración. Respecto de la documentación comprobatoria de las retenciones y de los pagos a que se refieren las fracciones V y VII de este artículo, respectivamente, los mismos se realicen en los plazos que al efecto establecen las

disposiciones fiscales, y la documentación comprobatoria se obtenga en dicha fecha. Tratándose de las declaraciones informativas a que se refiere el artículo 86 de esta Ley, éstas se deberán presentar en los plazos que al efecto establece dicho artículo y contar a partir de esa fecha con la documentación comprobatoria correspondiente. Además, la fecha de expedición de la documentación comprobatoria de un gasto deducible deberá corresponder al ejercicio por el que se efectúa la deducción.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

TÍTULO IV - De las personas físicas

ARTÍCULO 109

No se pagará el impuesto sobre la renta por la obtención de los siguientes ingresos:

I. Las prestaciones distintas del salario que reciban los trabajadores del salario mínimo general para una o varias áreas geográficas, calculadas sobre la base de dicho salario, cuando no excedan de los mínimos señalados por la legislación laboral, así como las remuneraciones por concepto de tiempo extraordinario o de prestación de servicios que realice en los días de descanso sin disfrutar de otros en sustitución, hasta el límite establecido en la legislación laboral, que perciban dichos trabajadores. Tratándose de los demás trabajadores, el 50% de las remuneraciones por concepto de tiempo extraordinario o de la prestación de servicios que se realice en los días de descanso sin disfrutar de otros en sustitución, que no exceda el límite previsto en la legislación laboral y sin que esta exención exceda del equivalente de cinco veces el salario mínimo general del área geográfica del trabajador por cada semana de servicios.

Por el excedente de las prestaciones exceptuadas del pago del impuesto al que se refiere esta fracción, se pagará el impuesto en los términos de este título.

II. Las indemnizaciones por riesgos de trabajo o enfermedades, que se concedan de acuerdo con las leyes, por contratos colectivos de trabajo o por contratos de ley.

III. Las jubilaciones, pensiones, haberes de retiro, así como las pensiones vitalicias u otras formas de retiro, provenientes de la subcuenta del seguro de retiro o de la subcuenta de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, previstas en la ley del seguro social y las provenientes de la cuenta individual del sistema de ahorro para el retiro prevista en la ley del instituto de seguridad y servicios sociales de los trabajadores del estado, en los casos de invalidez, incapacidad, cesantía, vejez, retiro y muerte, cuyo monto diario no exceda de cuatro veces el salario mínimo general del área geográfica del contribuyente, por el excedente se pagará el impuesto en los términos de este título.

IV. Los percibidos con motivo del reembolso de gastos médicos, dentales, hospitalarios y de funeral, que se concedan de manera general, de acuerdo con las leyes o contratos de trabajo.

V. Las prestaciones de seguridad social que otorguen las instituciones públicas.

VI. Los percibidos con motivo de subsidios por incapacidad, becas educacionales para los trabajadores o sus hijos, guarderías infantiles, actividades culturales y deportivas, y otras prestaciones de previsión social, de naturaleza análoga, que se concedan de manera general, de acuerdo con las leyes o por contratos de trabajo.

VII. La entrega de las aportaciones y sus rendimientos provenientes de la subcuenta de vivienda de la cuenta individual prevista en la ley del seguro social, de la subcuenta del fondo de la vivienda de la cuenta individual del sistema de ahorro para el retiro, prevista en la ley del instituto de seguridad y servicios sociales de los trabajadores del estado o del fondo de la vivienda para los miembros del activo del ejército, fuerza aérea y armada, previsto en la ley del instituto de seguridad social para las fuerzas armadas mexicanas, así como las casas habitación proporcionadas a los trabajadores, inclusive por las empresas cuando se reúnan los requisitos de deducibilidad del título II de esta ley o, en su caso, de este título.

VIII. Los provenientes de cajas de ahorro de trabajadores y de fondos de ahorro establecidos por las empresas cuando reúnan los requisitos de deducibilidad del Título II de esta Ley o, en su caso, de este Título.

IX. La cuota de seguridad social de los trabajadores pagada por los patrones.

La exención aplicable a los ingresos obtenidos por concepto de prestaciones de previsión social se limitará cuando la suma de los ingresos por la prestación de servicios personales subordinados y el monto de la exención exceda de una cantidad equivalente a siete veces el salario mínimo general del área geográfica del contribuyente, elevado al año; cuando dicha suma exceda de la cantidad citada, solamente se considerará como ingreso no sujeto al pago del impuesto un monto hasta de un salario mínimo general del área geográfica del contribuyente, elevado al año. Esta limitación en ningún caso deberá dar como resultado que la suma de los ingresos por la prestación de servicios personales subordinados y el importe de la exención, sea inferior a siete veces el salario mínimo general del área geográfica del contribuyente, elevado al año.

Lo dispuesto en el párrafo anterior, no será aplicable tratándose de jubilaciones, pensiones, haberes de retiro, pensiones vitalicias, indemnizaciones por riesgos de trabajo o enfermedades, que se concedan de

acuerdo con las leyes, contratos colectivos de trabajo o contratos Ley, reembolsos de gastos médicos, dentales, hospitalarios y de funeral, concedidos de manera general de acuerdo con las leyes o contratos de trabajo, seguros de gastos médicos, seguros de vida y fondos de ahorro, siempre que se reúnan los requisitos establecidos en la fracción XII del artículo 31 de esta Ley, aun cuando quien otorgue dichas prestaciones de previsión social no sea contribuyente del impuesto establecido en esta Ley.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA TÍTULO IV - De las personas físicas

CAPÍTULO I - De los ingresos por salarios y en general por la prestación de un servicio personal subordinado

ARTÍCULO 110

Se consideran ingresos por la prestación de un servicio personal subordinado, los salarios y demás prestaciones que deriven de una relación laboral, incluyendo la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas y las prestaciones percibidas como consecuencia de la terminación de la relación laboral. Para los efectos de este impuesto, se asimilan a estos ingresos los siguientes:

I. Las remuneraciones y demás prestaciones, obtenidas por los funcionarios y trabajadores de la Federación, de las Entidades Federativas y de los Municipios, aun cuando sean por concepto de gastos no sujetos a comprobación, así como los obtenidos por los miembros de las fuerzas armadas.

II. Los rendimientos y anticipos, que obtengan los miembros de las sociedades cooperativas de producción, así como los anticipos que reciban los miembros de sociedades y asociaciones civiles.

III. Los honorarios a miembros de consejos directivos, de vigilancia, consultivos o de cualquier otra índole, así como los honorarios a administradores, comisarios y gerentes generales.

IV. Los honorarios a personas que presten servicios preponderantemente a un prestatario, siempre que los mismos se lleven a cabo en las instalaciones de este último.

Para los efectos del párrafo anterior, se entiende que una persona presta servicios preponderantemente a un prestatario, cuando los ingresos que hubiera percibido de dicho prestatario en el año de calendario inmediato anterior, representen más del 50% del total de los ingresos obtenidos por los conceptos a que se refiere la fracción II del artículo 120 de esta Ley.

Antes de que se efectúe el primer pago de honorarios en el año de calendario de que se trate, las personas a que se refiere esta fracción deberán comunicar por escrito al prestatario en cuyas instalaciones se realice la prestación del servicio, si los ingresos que obtuvieron de dicho prestatario en el año inmediato anterior excedieron del 50% del total de los percibidos en dicho año de calendario

por los conceptos a que se refiere la fracción II del artículo 120 de esta Ley. En el caso de que se omita dicha comunicación, el prestatario estará obligado a efectuar las retenciones correspondientes.

V. Los honorarios que perciban las personas físicas de personas morales o de personas físicas con actividades empresariales a las que presten servicios personales independientes, cuando comuniquen por escrito al prestatario que optan por pagar el impuesto en los términos de este Capítulo.

VI. Los ingresos que perciban las personas físicas de personas morales o de personas físicas con actividades empresariales, por las actividades empresariales que realicen, cuando comuniquen por escrito a la persona que efectúe el pago que optan por pagar el impuesto en los términos de este Capítulo.

Se estima que estos ingresos los obtiene en su totalidad quien realiza el trabajo. Para los efectos de este Capítulo, los ingresos en crédito se declararán y se calculará el impuesto que les corresponda hasta el año de calendario en que sean cobrados.

VII. Los ingresos obtenidos por las personas físicas por ejercer la opción otorgada por el empleador, o una parte relacionada del mismo, para adquirir, incluso mediante suscripción, acciones o títulos valor que representen bienes, sin costo alguno o a un precio menor o igual al de mercado que tengan dichas acciones o títulos valor al momento del ejercicio de la opción, independientemente de que las acciones o títulos valor sean emitidos por el empleador o la parte relacionada del mismo.

Se estima que estos ingresos los obtiene en su totalidad quien realiza el trabajo. Para los efectos de este capítulo, los ingresos en crédito se declararan y se calculara el impuesto que les corresponda hasta el año de calendario en que sean cobrados.

No se considerarán ingresos en bienes, los servicios de comedor y de comida proporcionados a los trabajadores ni el uso de bienes que el patrón proporcione a los trabajadores para el desempeño de las actividades propias de éstos siempre que, en este último caso, los mismos estén de acuerdo con la naturaleza del trabajo prestado.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA TÍTULO IV - De las personas físicas

Artículo 107. Cuando una persona física, aun cuando no esté inscrita en el Registro Federal de Contribuyentes, realice en un año de calendario erogaciones superiores a los ingresos que hubiere declarado en ese mismo año, las autoridades fiscales procederán como sigue:

I. Comprobarán el monto de las erogaciones y la discrepancia con la declaración del contribuyente y darán a conocer a éste el resultado de dicha comprobación.

II. El contribuyente, en un plazo de quince días, informará por escrito a las autoridades fiscales las razones que tuviera para inconformarse o el origen que explique la discrepancia y ofrecerá las pruebas que estimare convenientes, las que acompañará a su escrito o rendirá a más tardar dentro de los veinte días siguientes. En ningún caso los plazos para presentar el escrito y las pruebas señaladas excederán, en su conjunto, de treinta y cinco días.

III. Si no se formula inconformidad o no se prueba el origen de la discrepancia, ésta se estimará ingreso de los señalados en el Capítulo IX de este Título en el año de que se trate y se formulará la liquidación respectiva.

Para los efectos de este artículo, se consideran erogaciones, los gastos, las adquisiciones de bienes y los depósitos en inversiones financieras. No se tomarán en consideración los depósitos que el contribuyente efectúe en cuentas que no sean propias, que califiquen como erogaciones en los términos de este artículo, cuando se demuestre que dicho depósito se hizo como pago por la adquisición de bienes o de servicios, o como contraprestación para el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes o para realizar inversiones financieras ni los traspasos entre cuentas del contribuyente o a cuentas de su cónyuge, de sus ascendientes o descendientes, en línea recta en primer grado.

Cuando el contribuyente obtenga ingresos de los previstos en este Título y no presente declaración anual estando obligado a ello, se aplicará este precepto como si la hubiera presentado sin ingresos. Tratándose de contribuyentes que no estén obligados a presentar declaración del ejercicio, se considerarán, para los efectos del presente artículo, los ingresos que los retenedores manifiesten haber pagado al contribuyente de que se trate.

Se presume, salvo prueba en contrario, que los préstamos y los donativos, a que se refiere el segundo párrafo del artículo 106 de esta Ley, que no sean declarados conforme a dicho precepto, son ingresos omitidos de la actividad preponderante del contribuyente o, en su caso, son otros ingresos en los términos del Capítulo IX de este Título, por los que no se pagó el impuesto correspondiente.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA TÍTULO IV - De las personas físicas

CAPÍTULO IX - De los demás ingresos que obtengan las personas físicas

ARTÍCULO 167

Se entiende que, entre otros, son ingresos en los términos de este Capítulo los siguientes:

- I. El importe de las deudas perdonadas por el acreedor o pagadas por otra persona.
- II. La ganancia cambiaria y los intereses provenientes de créditos distintos a los señalados en el Capítulo VI del Título IV de esta Ley.
- III. Las prestaciones que se obtengan con motivo del otorgamiento de fianzas o avales, cuando no se presten por instituciones legalmente autorizadas.
- IV. Los procedentes de toda clase de inversiones hechas en sociedades residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en el país, cuando no se trate de los dividendos o utilidades a que se refiere la fracción V de este artículo.
- V. Los dividendos o utilidades distribuidos por sociedades residentes en el extranjero. En el caso de reducción de capital o de liquidación de sociedades residentes en el extranjero, el ingreso se determinará restando al monto del reembolso por acción, el costo comprobado de adquisición de la acción actualizada por el periodo comprendido desde el mes de la adquisición y hasta aquél en el que se pague el reembolso. En estos casos será aplicable en lo conducente el artículo 6o. de esta Ley.
- VI. Los derivados de actos o contratos por medio de los cuales, sin transmitir los derechos respectivos, se permita la explotación de concesiones, permisos, autorizaciones o contratos otorgados por la Federación, las Entidades Federativas y los Municipios, o los derechos amparados por las solicitudes en trámite.
- VII. Los que provengan de cualquier acto o contrato celebrado con el superficiario para la explotación del subsuelo.
- VIII. Los provenientes de la participación en los productos obtenidos del subsuelo por persona distinta del concesionario, explotador o superficiario.
- IX. Los intereses moratorios, indemnizaciones por perjuicios y los ingresos derivados de cláusulas penales o convencionales.
- X. La parte proporcional que corresponda al contribuyente del remanente distribuible que determinen las personas morales a que se refiere el Título III de esta Ley, siempre que no se hubiera pagado el impuesto a que se refiere el último párrafo del artículo 95 de la misma Ley.
- XI. Los que perciban por derechos de autor, personas distintas a éste.

XII. Las cantidades acumulables en los términos de la fracción II del artículo 218 de esta Ley.

XIII. Las cantidades que correspondan al contribuyente en su carácter de condómino o fideicomisario de un bien inmueble destinado a hospedaje, otorgado en administración a un tercero a fin de que lo utilice para hospedar a personas distintas del contribuyente.

XIV. Los provenientes de operaciones financieras derivadas y operaciones financieras a que se refieren los artículos 16-A del Código Fiscal de la Federación y 23 de esta Ley. Para estos efectos se estará a lo dispuesto en el artículo 171 de esta Ley.

XV. Los ingresos estimados en los términos de la fracción III del artículo 107 de esta Ley y los determinados, inclusive presuntivamente por las autoridades fiscales, en los casos en que proceda conforme a las leyes fiscales.

XVI. Las cantidades que paguen las instituciones de seguros a los asegurados o a sus beneficiarios, que no se consideren intereses ni indemnizaciones a que se refiere la fracción XVII del artículo 109 y el artículo 158 de esta Ley, independientemente del nombre con el que se les designe, siempre que la prima haya sido pagada por el empleador, así como las que correspondan al excedente determinado conforme al segundo párrafo de la fracción XVII del artículo 109 de esta Ley. En este caso las instituciones de seguros deberán efectuar una retención aplicando la tasa del 20% sobre el monto de las cantidades pagadas, sin deducción alguna.

Cuando las personas no estén obligadas a presentar declaración anual, la retención efectuada se considerará como pago definitivo. Cuando dichas personas opten por presentar declaración del ejercicio, acumularán las cantidades a que se refiere el párrafo anterior a sus demás ingresos, en cuyo caso podrán acreditar contra el impuesto que resulte a su cargo, el monto de la retención efectuada en los términos del párrafo anterior.

XVII. Los provenientes de las regalías a que se refiere el artículo 15-B del Código Fiscal de la Federación.

XVIII. Los ingresos provenientes de planes personales de retiro o de la subcuenta de aportaciones voluntarias a que se refiere la fracción V del artículo 176 de esta Ley, cuando se perciban sin que el contribuyente se encuentre en los supuestos de invalidez o incapacidad para realizar un trabajo remunerado, de conformidad con las Leyes de seguridad social, o sin haber llegado a la edad de 65 años, para estos efectos se considerará como ingreso el monto total de las aportaciones que hubiese

realizado a dicho plan personal de retiro o a la subcuenta de aportaciones voluntarias que hubiere deducido conforme al artículo 176, fracción V de esta Ley, actualizadas, así como los intereses reales devengados durante todos los años de la inversión, actualizados. Para determinar el impuesto por estos ingresos se estará a lo siguiente:

- a) El ingreso se dividirá entre el número de años transcurridos entre la fecha de apertura del plan personal de retiro y la fecha en que se obtenga el ingreso, sin que en ningún caso exceda de cinco años.
- b) El resultado que se obtenga conforme a la fracción anterior, será la parte del ingreso que se sumará a los demás ingresos acumulables del contribuyente en el ejercicio de que se trate y se calculará, en los términos de este Título, el impuesto que corresponda a los ingresos acumulables.
- c) Por la parte del ingreso que no se acumule conforme a la fracción anterior, se aplicará la tasa del impuesto que corresponda en el ejercicio de que se trate a la totalidad de los ingresos acumulables del contribuyente y el impuesto que así resulte se adicionará al del citado ejercicio.

Cuando hubiesen transcurrido más de cinco ejercicios desde la fecha de apertura del plan personal de retiro o de la subcuenta de aportaciones voluntarias y la fecha en que se obtenga el ingreso, el contribuyente deberá pagar el impuesto sobre el ingreso aplicando la tasa de impuesto promedio que le correspondió al mismo en los cinco ejercicios inmediatos anteriores a aquel en el que se efectúe el cálculo. Para determinar la tasa de impuesto promedio a que se refiere este párrafo, se sumarán los resultados expresados en por ciento que se obtengan de dividir el impuesto determinado en cada ejercicio en que se haya pagado este impuesto entre el ingreso gravable del mismo ejercicio, de los cinco ejercicios anteriores y el resultado se dividirá entre cinco. El impuesto que resulte conforme a este párrafo se sumará al impuesto que corresponda al ejercicio que se trate y se pagará conjuntamente con este último.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004. Página: 414

CRÉDITO AL SALARIO. EL ARTÍCULO TERCERO DEL DECRETO POR EL QUE SE EXPIDIÓ LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 10 DE ENERO DE 2002 QUE ESTABLECE EL IMPUESTO SUSTITUTIVO DE AQUÉL, AL INCLUIR LA EXPRESIÓN "DEMÁS PRESTACIONES", NO VIOLA LA GARANTÍA DE LEGALIDAD TRIBUTARIA.

El precepto citado establece que el impuesto sustitutivo del crédito al salario se calculará aplicando la tasa correspondiente al total de las erogaciones realizadas por la prestación de un servicio personal subordinado, entendiéndose por tales los salarios y demás prestaciones en efectivo o en

especie que sean pagadas por las personas físicas o morales a quienes les presten un servicio personal subordinado, quedando con ello determinada la base gravable del tributo. Ahora bien, si se atiende a que conforme a la tesis P. XI/96, publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo III, febrero de 1996, página 169, la garantía de legalidad tributaria prevista en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Federal no exige que el legislador deba definir todos los términos y palabras usadas en la ley, se concluye que el hecho de que el artículo tercero del decreto por el que se expidió la Ley del Impuesto sobre la Renta haga referencia a las "demás prestaciones" no viola la citada garantía constitucional toda vez que aquel numeral delimita correctamente como base del impuesto al salario y a las restantes prestaciones pagadas por el empleador, sin que sea necesario delimitar en mayor medida el alcance de dicho concepto o definir cada término contenido en él, máxime si se aprecia que con el uso de esa expresión el legislador de ninguna manera deja al arbitrio de la autoridad administrativa determinar qué conceptos se integran como pagos efectuados por la prestación de un servicio personal subordinado.

Amparo en revisión 2282/2003. Instituto Villa de Cortés Xalapa, S.C. 18 de febrero de 2004. Cinco votos. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretario: Juan Carlos Roa Jacobo.

Nota: La tesis P. XI/96 citada, aparece publicada con el rubro: "LEGALIDAD TRIBUTARIA. DICHA GARANTÍA NO EXIGE QUE EL LEGISLADOR ESTÉ OBLIGADO A DEFINIR TODOS LOS TÉRMINOS Y PALABRAS USADAS EN LA LEY." RENTA. EL ARTÍCULO 17, PRIMER PÁRRAFO, DE LA LEY DEL IMPUESTO RELATIVO, VIGENTE EN 2002, NO VIOLA EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD TRIBUTARIA POR NO DEFINIR EL TÉRMINO "DISMINUCIÓN REAL DE SUS DEUDAS".

Conforme a citado principio tributario establecido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el legislador debe precisar todo aquello que le permita al contribuyente conocer qué cargas tributarias le corresponden en virtud de la situación jurídica en que se encuentra o pretenda ubicarse. Así, el hecho de que el artículo 17, primer párrafo, de la Ley del Impuesto sobre la Renta no defina lo que debe entenderse por "disminución real de sus deudas", no viola el principio de legalidad tributaria, toda vez que el artículo 48 de la propia ley establece en forma general la definición legal de "deudas" al disponer que "se considerará deuda", cualquier obligación en numerario pendiente de cumplimiento", y la referencia a que sea una disminución real tampoco lo quebranta, pues cualquier contribuyente puede saber en forma clara qué debe entenderse por deudas y cuándo le impactan de manera verídica al restarlas de su patrimonio, es decir, al reducir efectivamente los pasivos que tiene a su cargo. Además, el indicado artículo 17, al establecer que "el ajuste anual por inflación acumulable es el ingreso que obtienen los contribuyentes por la disminución real de sus deudas", claramente define lo que debe entenderse por dicha disminución real de las deudas, al disponer que se trata de un ingreso

que se obtiene de calcular el ajuste anual por inflación acumulable, cuya fórmula se detalla en el diverso numeral 46 del mismo cuerpo legal.

Amparo en revisión 2688/2003. Envases de Sinaloa, S.A. de C.V. y otra. 2 de abril de 2004. Cinco votos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: César de Jesús Molina Suárez.

Otros Ingresos para Personas Físicas

Al resolver el amparo en revisión 351/97, la Suprema Corte de Justicia de la Nación declaró inconstitucional el artículo 132 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, por ser contrario al principio de legalidad tributaria previsto en el artículo 31, fracción IV, constitucional.

motivos centrales de la declaratoria de inconstitucionalidad del precepto, fueron los siguientes: "El artículo 132 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que se encuentra dentro del capítulo X, titulado "De los Demás Ingresos que Obtengan las Personas Físicas", establece que las personas físicas que obtengan ingresos distintos a los señalados en los capítulos anteriores, deben considerarlos percibidos en el monto que al momento de obtenerlos incrementen su patrimonio; en tales condiciones, este precepto es contrario al principio de legalidad tributaria previsto en la fracción IV, del artículo 31 constitucional, pues al señalar que también serán objeto del impuesto los demás ingresos que obtengan las personas físicas distintos de los señalados en los capítulos anteriores, la norma no precisa cuáles son esos "ingresos distintos", quedando al arbitrio de la autoridad calificar por equivalencia o asimilar como ingresos diversos, cualquier hecho o situación que dicha autoridad estime como ingreso distinto a los señalados en los nueve capítulos anteriores que conforman el título IV de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Sesión del 20 de enero de 1998, resuelta por mayoría de 7 votos y 3 en contra".

La resolución del Amparo antes citado, es muy importante, en virtud de que en el caso específico establece un límite a las facultades discrecionales de la autoridad fiscal, para determinar o considerar ingresos a las personas físicas que no estén contemplados en forma específica en la Ley del ISR (LISR), lo cual sin duda contribuye al fortalecimiento de la seguridad jurídica de los contribuyentes que pudieran verse afectados por la amplitud del concepto de ingresos, contenido en el artículo 132 antes mencionado.

Cabe señalar que en el artículo 133 de la LISR, que forma parte del capítulo X antes citado, se establecen en forma específica algunos conceptos que se consideran "otros ingresos", por lo cual considerando que la resolución anterior se refiere al artículo 132, y tomando en cuenta los argumentos centrales de dicha resolución, parecería que los ingresos antes citados sí tendrían que seguir

reconociéndose, ya que no caerían en el supuesto que motivó la inconstitucionalidad del artículo 132 de la LISR.

RENTA. EL ARTÍCULO 132 DE LA LEY RELATIVA, AL NO PRECISAR CUÁLES SON LOS "INGRESOS DISTINTOS" OBJETO DEL GRAVAMEN, ES VIOLATORIO DEL PRINCIPIO DE LEGALIDAD TRIBUTARIA (LEGISLACIÓN VIGENTE EN MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y TRES).

El artículo 132 de la Ley del Impuesto sobre la Renta vigente en mil novecientos noventa y tres establece: "Las personas físicas que obtengan ingresos "distintos de los señalados en los capítulos anteriores, los considerarán percibidos en el monto, en que al momento de obtenerlos incrementen su patrimonio.". Tal precepto se localiza dentro del título IV "De las personas físicas", capítulo X, denominado "De los demás ingresos que obtengan las personas físicas" y es contrario al principio de legalidad tributaria, toda vez que, con independencia de que en él se señale que también serán objeto del impuesto los demás ingresos que obtengan las personas físicas distintos de los señalados en los capítulos I a IX de ese título, al no precisarse cuáles son esos "ingresos distintos", queda al arbitrio de la autoridad calificar "por equivalencia" o asimilar como ingreso diverso, cualquier hecho o situación que dicha autoridad estime como ingreso distinto a los señalados en los nueve capítulos que conforman el título IV de la Ley del Impuesto sobre la Renta. Se considera que el artículo 132 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (1993) es inconstitucional, porque el aspecto material del elemento objetivo del hecho imponible, en el caso concreto, no está expresamente establecido en la ley, es decir, no existe, sino que al decir "ingresos distintos" a los catalogados en los nueve capítulos anteriores, deja a las autoridades fiscales el arbitrio de establecer en qué casos el contribuyente ha obtenido ingresos y en qué casos no, lo que lleva a que, sin razón jurídica, la autoridad fiscal, en aplicación de tal precepto, determine la causación del tributo en violación al principio de legalidad tributaria previsto en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Federal, según el cual la ley que establece el tributo debe definir cuáles son los elementos y supuestos de la obligación tributaria; esto es, los hechos imponibles, los sujetos pasivos de la obligación que va a nacer, así como el objeto, la base y la tasa; por lo que todos esos elementos no deben quedar al arbitrio o discreción de la autoridad administrativa, considerando que a la luz del sistema general que informa nuestras disposiciones constitucionales en materia impositiva y de una explicación racional e histórica, se encuentra que la necesidad de que la carga tributaria de los gobernados esté establecida en una ley no significa tan solo que el acto creador del impuesto deba emanar de aquel poder que, conforme a la Constitución Federal, está encargado de la función legislativa, ya que así se satisface la exigencia de que sean los propios gobernados, a través de sus representantes, los que determinen las cargas fiscales que deben soportar, sino fundamentalmente que los caracteres esenciales del impuesto y la forma, contenido y alcance de la obligación tributaria, estén consignados de manera expresa en la ley, de tal modo que no quede margen para la arbitrariedad de las autoridades exactoras ni para el cobro de impuestos imprevisibles o a título particular, sino que el sujeto pasivo de la relación tributaria pueda, en

todo momento, conocer la forma cierta de contribuir para los gastos públicos del Estado, y a la autoridad no queda otra cosa sino aplicar las disposiciones generales de observancia obligatoria, dictadas con anterioridad al caso concreto de cada causante. Tales consideraciones derivan de la ejecutoria pronunciada por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, al resolver el amparo en revisión 351/97, en sesión de veinte de enero de mil novecientos noventa y ocho.

SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL TERCER CIRCUITO.

Amparo directo 154/2001. Javier Cordero Staufert. 31 de octubre de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Tomás Gómez Verónica. Secretario: Miguel Rojas Sánchez.

Nota: La ejecutoria relativa al amparo en revisión 351/97 citada, aparece publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VIII, octubre de 1998, página 703.

3. LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

CAPITULO I - Disposiciones generales

ARTÍCULO 1

Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

I.-Enajenen bienes.

II.-Presten servicios independientes.

III.-Otorguen el uso o goce temporal de bienes

IV.-Importen bienes o servicios.

El impuesto se calculará aplicando los valores que señala esta Ley, la tasa del 15%. El impuesto al valor agregado en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores.

El contribuyente trasladará dicho impuesto, en forma expresa y por separado, a las personas que adquieran los bienes, los usen o gocen temporalmente, o reciban los servicios. Se entenderá por traslado del impuesto el cobro o cargo que el contribuyente debe hacer a dichas personas de un monto equivalente al impuesto establecido en esta Ley, inclusive cuando se retenga en los términos de los artículos 1o.-A o 3o., tercer párrafo de la misma.

El contribuyente pagará en las oficinas autorizadas la diferencia entre el impuesto a su cargo y el que le hubieran trasladado o el que él hubiese pagado en la importación de bienes o servicios, siempre que sean acreditables en los términos de esta Ley. En su caso, el contribuyente disminuirá del impuesto a su cargo, el impuesto que se le hubiere retenido.

El traslado del impuesto a que se refiere este artículo no se considerará violatorio de precios o tarifas, incluyendo los oficiales.

I.V.A. Tipo de documento: Precedente Tercera época Instancia: Pleno Publicación: No. 25. Enero 1990.
Página: 11 SOCIEDADES COOPERATIVAS.- SON DE CARACTER MERCANTIL POR LO QUE DEBEN CUBRIR ECARÁCTERTO AL VALOR AGREGADO EN LOS TERMINOS DEL ARTICULO 5o. DE LA LEY QUE REGULA DICHO IMPUESTO.-

Atento lo previsto por el Artículo lo., fracción VI, de la Ley General de Sociedades Mercantiles, a las Sociedades Cooperativas se les reconoce como Sociedades Mercantiles, por lo que el pago del Impuesto al Valor Agregado deben efectuarlo a más tardar el día 10 de cada uno de los meses del ejercicio, según lo dispone en forma expresa el artículo 5o., párrafo segundo, de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Juicio de Competencia Atrayente No. 75/89.- Resuelto en sesión de 12 de enero de 1990, por mayoría de 7 votos y 1 en contra.- Magistrado Ponente: Carlos Franco Santibáñez.- Secretario: Lic. Antonio Romero Moreno.

4. LEY DEL IMPUESTO AL ACTIVO

ARTÍCULO 1

Las personas físicas que realicen actividades empresariales y las personas morales, residentes en México, están obligadas al pago del impuesto al activo, por el activo que tengan, cualquiera que sea su ubicación. Las residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente en el país, están obligadas al pago del impuesto por el activo atribuible a dicho establecimiento. Las personas distintas a las señaladas en este párrafo, que otorguen el uso o goce temporal de bienes, incluso de aquellos bienes a que se refieren el Capítulo III del Título IV y los artículos 133, fracción XIII, 148, 148-A y 149 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que se utilicen en la actividad de otro contribuyente de los mencionados en este párrafo, están obligadas al pago del impuesto, únicamente por esos bienes.

También están obligados al pago de este impuesto, los residentes en el extranjero por los inventarios que mantengan en territorio nacional para ser transformados o que ya hubieran sido transformados por algún contribuyente de este impuesto.

Las empresas que componen el sistema financiero están obligadas al pago del impuesto por su activo no afecto a su intermediación financiera.

LEY DEL IMPUESTO AL ACTIVO

ARTÍCULO 11

Las sociedades cooperativas de producción, así como las sociedades y asociaciones civiles que distribuyan anticipos o rendimientos a sus miembros en los términos de la fracción XI del artículo 22 de la

Ley del Impuesto sobre la Renta, podrán considerar el impuesto que hubieren retenido por dichos conceptos conforme a lo dispuesto en el Capítulo I del Título IV de la Ley mencionada, como impuesto sobre la renta correspondiente a la persona moral de que se trate, para los efectos del artículo 9o. de esta Ley.

Tipo de documento: Jurisprudencia Octava época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: VII, Enero de 1991 Página: 10 ACTIVO DE LAS EMPRESAS, IMPUESTO AL. EL ARTICULO 6o., FRACCION II, DE LA LEY, QUE ESTABLECE LA EXENCION RESPECTIVA A LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS Y DE INVERSION, NO VIOLA EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

El artículo 6o., fracción II, de la Ley del Impuesto al Activo de las Empresas, publicada en el Diario Oficial de la Federación del treinta y uno de diciembre de 1988, que exenta del pago del tributo a las sociedades cooperativas y de inversión, respeta el principio de equidad tributaria establecido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Federal, porque dichas empresas no se encuentran en igualdad de condiciones respecto del resto de contribuyentes, ya que por regla general no causan el impuesto sobre la renta y, por tanto, si pagaran el impuesto al activo se verían privadas del beneficio concedido por el artículo 9o. del ordenamiento reclamado consistente en acreditar las cantidades pagadas por aquel tributo al final del ejercicio. La exención se justifica, al liberar a dichos sujetos de un tratamiento fiscal inequitativo.

Tipo de documento: Jurisprudencia Octava época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: VI, Primera Parte, Julio a Diciembre de 1990 Página: 55 ACTIVO DE LAS EMPRESAS, IMPUESTO AL. EL ARTICULO 6o. DE LA LEY, AL ESTABLECER LAS EXENCIONES RESPECTIVAS, NO VIOLA EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

El artículo 6o. de la Ley del Impuesto al Activo de las Empresas, publicada en el Diario Oficial de la Federación de treinta y uno de diciembre de mil novecientos ochenta y ocho, que exenta del pago del tributo a las empresas que componen el sistema financiero, las sociedades de inversión y las cooperativas, los contribuyentes menores y los sujetos a bases especiales de tributación, los que están en período pre operativo, en el ejercicio de inicio de actividades o el subsiguiente, y los que se hallen en el ejercicio de liquidación, no viola el principio de equidad consagrado en el artículo 31, fracción IV, constitucional, porque dichos sujetos, tanto por sus características como por la naturaleza de sus actividades, están en situaciones distintas de la del resto de los contribuyentes de este impuesto, por lo cual ameritan un tratamiento fiscal desigual.

5. LEY DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS

TÍTULO I - De las bebidas alcohólicas fermentadas, cervezas y bebidas refrescantes, tabacos labrados, gasolinas, diésel y gas natural

CAPITULO I - Disposiciones generales

ARTÍCULO 1

Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que realicen los actos o actividades siguientes:

I. La enajenación en territorio nacional o, en su caso, la importación, definitiva, de los bienes señalados en esta Ley.

II. La prestación de los servicios señalados en esta Ley.

El impuesto se calculará aplicando a los valores a que se refiere este ordenamiento, la tasa que para cada bien o servicio establece el artículo 2o. del mismo.

La Federación, el Distrito Federal, los Estados, los Municipios, los organismos descentralizados o cualquier otra persona, aunque conforme a otras leyes o decretos no causen impuestos federales o estén exentos de ellos, deberán aceptar la traslación del impuesto especial sobre producción y servicios y, en su caso, pagarlo y trasladarlo, de acuerdo con los preceptos de esta Ley.

El impuesto a que hace referencia esta Ley no se considera violatorio de precios o tarifas, incluyendo los oficiales.

6. LEY DEL SEGURO SOCIAL

TITULO PRIMERO - Disposiciones generales

CAPITULO ÚNICO

ARTÍCULO 5 A

Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

I.- Ley: la Ley del Seguro Social;

II.- Código: el Código Fiscal de la Federación;

III.- Instituto: el Instituto Mexicano del Seguro Social;

IV.- Patrones o patrón: la persona física o moral que tenga ese carácter en los términos de la Ley Federal del Trabajo;

V.-Trabajadores o trabajador: la persona física que la Ley Federal del Trabajo define como tal;

- VI.-Trabajador permanente: aquél que tenga una relación de trabajo por tiempo indeterminado;
- VII.-Trabajador eventual: aquél que tenga una relación de trabajo para obra determinada o por tiempo determinado en los términos de la Ley Federal del Trabajo;
- VIII.-Sujetos o sujeto obligado: los señalados en los artículos 12, 13, 229, 230, 241 y 250 A, de la Ley, cuando tengan la obligación de retener las cuotas obrero patronales del seguro social o de realizar el pago de las mismas;
- IX.-Sujetos o sujeto de aseguramiento: los señalados en los artículos 12, 13, 241 y 250 A, de la Ley;
- X.-Responsables o responsable solidario: para los efectos de las aportaciones de seguridad social son aquellos que define como tales el artículo 26 del Código y los previstos en esta Ley;
- XI.-Asegurados o asegurado: el trabajador o sujeto de aseguramiento inscrito ante el Instituto, en los términos de la Ley;
- XII.-Beneficiarios: el cónyuge del asegurado o pensionado y a falta de éste, la concubina o el concubinario en su caso, así como los ascendientes y descendientes del asegurado o pensionado señalados en la Ley;
- XIII.-Derechohabientes o derechohabiente: el asegurado, el pensionado y los beneficiarios de ambos, que en los términos de la Ley tengan vigente su derecho a recibir las prestaciones del Instituto;
- XIV.-Pensionados o pensionado: el asegurado que por resolución del Instituto tiene otorgada pensión por: incapacidad permanente total; incapacidad permanente parcial superior al cincuenta por ciento o en su caso incapacidad permanente parcial entre el veinticinco y el cincuenta por ciento; invalidez; cesantía en edad avanzada y vejez, así como los beneficiarios de aquél cuando por resolución del Instituto tengan otorgada pensión de viudez, orfandad, o de ascendencia;
- XV.-Cuotas obrero patronal o cuotas: las aportaciones de seguridad social establecidas en la Ley a cargo del patrón, trabajador y sujetos obligados;
- XVI.-Cédulas o cédula de determinación: el medio magnético, digital, electrónico, óptico, magneto óptico o de cualquier otra naturaleza, o bien el documento impreso, en el que el patrón o sujeto obligado determina el importe de las cuotas a enterar al Instituto, el cual puede ser emitido y entregado por el propio Instituto;
- XVII.-Cédulas o cédula de liquidación: el medio magnético, digital, electrónico o de cualquier otra naturaleza, o bien el documento impreso, mediante el cual el Instituto, en ejercicio de sus facultades como organismo fiscal autónomo, determina en cantidad líquida los créditos fiscales a su favor previstos en la Ley, y
- XVIII.-Salarios o salario: la retribución que la Ley Federal del Trabajo define como tal. Para efectos de esta Ley, el salario base de cotización se integra con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, alimentación, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo, con excepción de los conceptos previstos en el artículo 27 de la Ley.

LEY DEL SEGURO SOCIAL

TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO I - Generalidades

ARTÍCULO 12

Son sujetos de aseguramiento del régimen obligatorio:

I.-Las personas que de conformidad con los artículos 20 y 21 de la Ley Federal del Trabajo, presten, en forma permanente o eventual, a otras de carácter físico o moral o unidades económicas sin personalidad jurídica, un servicio remunerado, personal y subordinado, cualquiera que sea el acto que le dé origen y cualquiera que sea la personalidad jurídica o la naturaleza económica del patrón aun cuando éste, en virtud de alguna ley especial, esté exento del pago de contribuciones;

II.-Los socios de sociedades cooperativas, y

III.-Las personas que determine el Ejecutivo Federal a través del Decreto respectivo, bajo los términos y condiciones que señala esta Ley y los reglamentos correspondientes.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO I - Generalidades

ARTÍCULO 15 A

Cuando en la contratación de trabajadores para un patrón, a fin de que ejecuten trabajos o presten servicios para él, participe un intermediario laboral, cualquiera que sea la denominación que patrón e intermediarios asuman, ambos serán responsables solidarios entre sí y en relación con el trabajador, respecto del cumplimiento de las obligaciones contenidas en esta Ley.

No serán considerados intermediarios, sino patrones, las empresas establecidas que presten servicios a otras, para ejecutarlos con elementos propios y suficientes para cumplir con las obligaciones que deriven de las relaciones con sus trabajadores, en los términos de los artículos 12, 13, 14 y 15 de la Ley Federal del Trabajo.

Para los efectos de este artículo, el Gobierno Federal, en ningún caso, será considerado como intermediario laboral.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO I - Generalidades

ARTÍCULO 16

Los patrones que de conformidad con el reglamento cuenten con un promedio anual de trescientos o más trabajadores en el ejercicio fiscal inmediato anterior, están obligados a dictaminar el cumplimiento de sus obligaciones ante el Instituto por contador público autorizado, en los términos que se señalen en el reglamento que al efecto emita el Ejecutivo Federal.

Los patrones que no se encuentren en el supuesto del párrafo anterior podrán optar por dictaminar sus aportaciones al Instituto, por contador público autorizado, en términos del reglamento señalado.

Los patrones que presenten dictamen, no serán sujetos de visita domiciliaria por los ejercicios dictaminados a excepción de que:

- I. El dictamen se haya presentado con abstención de opinión, con opinión negativa o con salvedades sobre aspectos que, a juicio del contador público, recaigan sobre elementos esenciales del dictamen, o
- II. Derivado de la revisión interna del dictamen, se determinaren diferencias a su cargo y éstas no fueran aclaradas y, en su caso, pagadas.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO I - Generalidades

ARTÍCULO 19

Para los efectos de esta Ley, las sociedades cooperativas pagarán la cuota correspondiente a los patrones, y cada uno de los socios a que se refiere la fracción II del artículo 12 de esta Ley cubrirá sus cuotas como trabajadores.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO II - De las bases de cotización y de las cuotas

ARTÍCULO 27

Para los efectos de esta Ley, se excluyen como integrantes del salario base de cotización, dada su naturaleza, los siguientes conceptos:

- I.- Los instrumentos de trabajo tales como herramientas, ropa y otros similares;
- II.- El ahorro, cuando se integre por un depósito de cantidad semanal, quincenal o mensual igual del trabajador y de la empresa; si se constituye en forma diversa o puede el trabajador retirarlo más de dos veces al año, integrará salario; tampoco se tomarán en cuenta las cantidades otorgadas por el patrón para fines sociales de carácter sindical;
- III.- Las aportaciones adicionales que el patrón convenga otorgar a favor de sus trabajadores por concepto de cuotas del seguro de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez;

IV.- Las cuotas que en términos de esta Ley le corresponde cubrir al patrón, las aportaciones al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, y las participaciones en las utilidades de la empresa;

V.- La alimentación y la habitación cuando se entreguen en forma onerosa a los trabajadores; se entiende que son onerosas estas prestaciones cuando el trabajador pague por cada una de ellas, como mínimo, el veinte por ciento del salario mínimo general diario que rija en el Distrito Federal;

VI.- Las despensas en especie o en dinero, siempre y cuando su importe no rebase el cuarenta por ciento del salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal;

VII.- Los premios por asistencia y puntualidad, siempre que el importe de cada uno de estos conceptos no rebase el diez por ciento del salario base de cotización;

VIII.- Las cantidades aportadas para fines sociales, considerándose como tales las entregadas para constituir fondos de algún plan de pensiones establecido por el patrón o derivado de contratación colectiva. Los planes de pensiones serán sólo los que reúnan los requisitos que establezca la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, y

IX.-El tiempo extraordinario dentro de los márgenes señalados en la Ley Federal del Trabajo.

Para que los conceptos mencionados en este precepto se excluyan como integrantes del salario base de cotización, deberán estar debidamente registrados en la contabilidad del patrón.

En los conceptos previstos en las fracciones VI, VII y IX cuando el importe de estas prestaciones rebase el porcentaje establecido, solamente se integrarán los excedentes al salario base de cotización.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO II - De las bases de cotización y de las cuotas

ARTÍCULO 28

Los asegurados se inscribirán con el salario base de cotización que perciban en el momento de su afiliación, estableciéndose como límite superior el equivalente a veinticinco veces el salario mínimo general que rija en el Distrito Federal y como límite inferior el salario mínimo general del área geográfica respectiva.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO II - De las bases de cotización y de las cuotas

ARTÍCULO 28 A

La base de cotización para los sujetos obligados señalados en la fracción II del artículo 12 de esta Ley, se integrará por el total de las percepciones que reciban por la aportación de su trabajo personal,

aplicándose en lo conducente lo establecido en los artículos 28, 29, 30, 32 y demás aplicables de esta Ley.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO II - De las bases de cotización y de las cuotas

ARTÍCULO 29

Para determinar la forma de cotización se aplicarán las siguientes reglas: I.- El mes natural será el período de pago de cuotas;

II.- Para fijar el salario diario en caso de que se pague por semana, quincena o mes, se dividirá la remuneración correspondiente entre siete, quince o treinta respectivamente. Análogo procedimiento será empleado cuando el salario se fije por períodos distintos a los señalados, y

III.- Si por la naturaleza o peculiaridades de las labores, el salario no se estipula por semana o por mes, sino por día trabajado y comprende menos días de los de una semana o el asegurado labora jornadas reducidas y su salario se determina por unidad de tiempo, en ningún caso se recibirán cuotas con base en un salario inferior al mínimo.

LEY DEL SEGURO SOCIAL TITULO SEGUNDO - Del régimen obligatorio

CAPITULO II - De las bases de cotización y de las cuotas

ARTÍCULO 30

Para determinar el salario diario base de cotización se estará a lo siguiente:

I.- Cuando además de los elementos fijos del salario el trabajador percibiera regularmente otras retribuciones periódicas de cuantía previamente conocida, éstas se sumarán a dichos elementos fijos;

II.- Si por la naturaleza del trabajo, el salario se integra con elementos variables que no puedan ser previamente conocidos, se sumarán los ingresos totales percibidos durante los dos meses inmediatos anteriores y se dividirán entre el número de días de salario devengado en ese período. Si se trata de un trabajador de nuevo ingreso, se tomará el salario probable que le corresponda en dicho período, y

III.- En los casos en que el salario de un trabajador se integre con elementos fijos y variables, se considerará de carácter mixto, por lo que, para los efectos de cotización, se sumará a los elementos fijos el promedio obtenido de los variables en términos de lo que se establece en la fracción anterior.

TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL Tipo de documento: Precedente Tercera época Instancia: Quinta Sala Regional Metropolitana Publicación: No. 52. Abril 1992. Página: 10 SOCIEDADES COOPERATIVAS

DE PRODUCCION.- PERSONAS VINCULADAS A ESTAS POR UN CONTRATO DE TRABAJO.-
REGIMEN A QUE QUEDAN SUJETAS EN LOS TERMINOS DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL.

La interpretación armónica de los artículos 12, 19, 22, 44, 114 y 115 de la Ley del Seguro Social y artículos 10., 10o., 12 fracción I, 22, 56 y 62 de la Ley de Sociedades Cooperativas permite concluir que las sociedades cooperativas de producción, cuando contratan trabajadores a su servicio, adquieren la calidad de patrón, al existir una relación de trabajo diferente a la relación que tienen con sus socios, y se colocan en el supuesto contemplado en la fracción I del artículo 12 de la Ley del Seguro Social. Consecuentemente quedan sujetos al régimen tripartita establecido en el referido Ordenamiento y no al régimen bipartita de excepción señalado en la propia Ley de la materia, aplicable únicamente a los socios de dichas personas morales.(1) Juicio No. 7565/90.- Sentencia de 29 de abril de 1991, por unanimidad de votos.- Magistrado Instructor: Enrique Torres Caballero D.- Secretaria: Lic. Ma. Guadalupe Novoa Escobar.

7. LEY DEL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

ARTÍCULO 29

Son obligaciones de los patrones:

I.- Proceder a inscribirse e inscribir a sus trabajadores en el Instituto y dar los avisos a que se refiere el Artículo 31 de esta Ley.

Los patrones estarán obligados, siempre que contraten un nuevo trabajador, a solicitarle su número de Clave Única de Registro de Población.

Los patrones inscribirán a sus trabajadores con el salario que perciban al momento de su inscripción,

II.- Determinar el monto de las aportaciones del cinco por ciento sobre el salario de los trabajadores a su servicio y efectuar el pago en las entidades receptoras que actúen por cuenta y orden del Instituto, para su abono en la subcuenta de vivienda de las cuentas individuales de los trabajadores previstas en los sistemas de ahorro para el retiro, en los términos de la presente Ley y sus reglamentos, así como en lo conducente, conforme a lo previsto en la Ley del Seguro Social y en la Ley Federal del Trabajo. En lo que corresponde a la integración y cálculo de la base y límite superior salarial para el pago de aportaciones, se aplicará lo contenido en la Ley del Seguro Social.

Estas aportaciones son gastos de previsión de las empresas y forman parte del patrimonio de los trabajadores.

Los patrones, al realizar el pago, deberán proporcionar la información relativa a cada trabajador en la forma y con la periodicidad que al efecto establezca la presente Ley y, en lo aplicable, la Ley del Seguro Social y la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro.

El registro sobre la individualización de los recursos de la subcuenta de vivienda de las cuentas individuales de los sistemas de ahorro para el retiro, estará a cargo de las administradoras de fondos para el retiro, en los términos que se establecen en la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro y su Reglamento. Lo anterior, independientemente de los registros individuales que determine llevar el Instituto.

Es obligación del patrón pagar las aportaciones por cada trabajador mientras exista la relación laboral y subsistirá hasta que se presente el aviso de baja correspondiente. Si se comprueba que dicho trabajador fue inscrito por otro patrón, el Instituto devolverá al patrón omiso, a su solicitud, el importe de las aportaciones pagadas en exceso, a partir de la fecha de la nueva alta;

III.- Hacer los descuentos a sus trabajadores en sus salarios, conforme a lo previsto en los artículos 97 y 110 de la Ley Federal del Trabajo, que se destinen al pago de abonos para cubrir préstamos otorgados por el Instituto, así como enterar el importe de dichos descuentos en las entidades receptoras que actúen por cuenta y orden del Instituto, en la forma y términos que establece esta Ley y sus disposiciones reglamentarias. La integración y cálculo de la base salarial para efectos de los descuentos será la contenida en la fracción II del presente artículo.

A fin de que el Instituto pueda individualizar dichos descuentos, los patrones deberán proporcionarle la información relativa a cada trabajador en la forma y periodicidad que al efecto establezcan esta Ley y sus disposiciones reglamentarias;

IV.- Proporcionar al Instituto los elementos necesarios para precisar la existencia, naturaleza y cuantía de las obligaciones a su cargo, establecidas en esta Ley y sus disposiciones reglamentarias;

V.- Permitir las inspecciones y visitas domiciliarias que practique el Instituto, las que se sujetarán a lo establecido por esta Ley, el Código Fiscal de la Federación y sus disposiciones reglamentarias. A efecto de evitar duplicidad de acciones, el Instituto podrá convenir con el Instituto Mexicano del Seguro Social la coordinación de estas acciones fiscales;

VI.- Atender los requerimientos de pago e información que les formule el Instituto, de conformidad con las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes;

VII.- Expedir y entregar, semanal o quincenalmente, a cada trabajador constancia escrita del número de días trabajados y del salario percibido, conforme a los períodos de pago establecidos, tratándose de patrones que se dediquen en forma permanente o esporádica a la actividad de la construcción.

Asimismo, deberán cubrir las aportaciones, aun en el caso de que no sea posible determinar el o los trabajadores a quienes se deban aplicar, en cuyo caso su monto se depositará en una cuenta específica

que se manejará en los mismos términos que los recursos individualizados del Fondo Nacional de la Vivienda, hasta en tanto se esté en posibilidad de individualizar los pagos a favor de sus titulares, en los términos de esta Ley. Lo anterior, sin perjuicio de que aquellos trabajadores que acrediten sus derechos, se les abonen a sus cuentas individuales de los sistemas de ahorro para el retiro, los importes que les correspondan.

La administradora de fondos para el retiro en la que el trabajador se encuentre registrado tendrá a petición del mismo, la obligación de individualizar las aportaciones a que se refiere esta fracción contra la presentación de las constancias mencionadas;

VIII.- Presentar al Instituto copia con firma autógrafa del informe sobre la situación fiscal del contribuyente con los anexos referentes a las contribuciones por concepto de aportaciones patronales de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento del Código Fiscal de la Federación, cuando en los términos de dicho Código, estén obligados a dictaminar por contador público autorizado sus estados financieros.

Cualquier otro patrón podrá optar por dictaminar por contador público autorizado el cumplimiento de sus obligaciones ante el Instituto en los términos de las disposiciones reglamentarias correspondientes, y

IX.- Las demás previstas en la Ley y sus reglamentos.

La obligación de efectuar las aportaciones y hacer los descuentos a que se refieren las fracciones II y III anteriores, se suspenderá cuando no se paguen salarios por ausencias en los términos de la Ley del Seguro Social, siempre que se dé aviso oportuno al Instituto, en conformidad al artículo 31. Tratándose de incapacidades expedidas por el Instituto Mexicano del Seguro Social, subsistirá la obligación del pago de aportaciones.

En caso de sustitución patronal, el patrón sustituido será solidariamente responsable con el nuevo de las obligaciones derivadas de esta Ley, nacidas antes de la fecha de la sustitución, hasta por el término de dos años, concluido el cual todas las responsabilidades serán atribuibles al nuevo patrón.

APORTACIONES AL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES.- LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN NO ESTÁN AFECTAS A SU PAGO.

De acuerdo con lo establecido por el artículo 2o., de la Ley General de Sociedades Cooperativas, son una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. De lo cual se desprende que los socios que las integran, para la consecución de tales fines, deben de contribuir con su trabajo, y que éste es el resultado de la obligación inherente a su calidad de socios y no consecuencia de una relación laboral, por lo cual, los citados socios no tienen la calidad de trabajadores, pues no tienen los mismos derechos y obligaciones que para estos últimos señala la Ley Federal del Trabajo. En ese esquema de ideas, se

tiene que si la sociedad cooperativa se encuentra constituida sólo por socios, los cuales, obviamente contribuyen para la consecución del fin para el que fue creada dicha sociedad, y el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores no acredita que la sociedad cooperativa además cuente con trabajadores (por los que sí debe cubrir el importe de las aportaciones correspondientes), es evidente que las liquidaciones determinadas a su cargo por omisión en el entero de las aportaciones correspondientes, son ilegales, pues los socios no se encuentran afectos a la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, si se toma en cuenta que la misma se encuentra dirigida a beneficiar a quienes tienen la calidad de trabajadores, estableciendo un sistema de financiamiento que les permita obtener crédito barato y suficiente para adquirir una vivienda digna y, para efectos de acreditar que se tiene derecho a ese beneficio, es indispensable que exista una relación laboral, lo cual no acontece con relación a los socios de las sociedades cooperativas de producción. (113) Juicio No. 1387/02-06-01-6.- Resuelto por la Primera Sala Regional del Noreste del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, el 29 de noviembre de 2002, por unanimidad de votos.- Magistrado Instructora: Adriana Cabezut Uribe, secretaria: Lic. Martha Patricia Saldívar Fernández.

APORTACIONES AL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES. LA AFILIACIÓN OBLIGATORIA AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS MIEMBROS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS NO IMPLICA LA AFILIACIÓN EN MATERIA HABITACIONAL.

Los miembros de las sociedades cooperativas que aportan su trabajo, sin tener relación laboral con la sociedad por falta del elemento de subordinación, conforme a los preceptos 12, fracción II de la Ley del Seguro Social, 57 de la Ley General de Sociedades Cooperativas, y 116 y 179 de la Ley del Seguro Social, están obligados a afiliarse al sistema de seguridad social contemplado en la Ley del Seguro Social, y gozan de los beneficios del seguro de invalidez y vida y de la cuenta individual en las sociedades de inversión especializadas en fondos para el retiro. Sin embargo, la afiliación obligatoria de los socios cooperativistas aportantes de su trabajo al sistema de seguridad social del Instituto Mexicano del Seguro Social, por disposición expresa del artículo 12, fracción II de la Ley del Seguro Social, en modo alguno implica la afiliación obligatoria al Instituto del Fondo Nacional de la vivienda para los Trabajadores, no obstante lo dispuesto en el artículo 57 de la Ley General de Sociedades Cooperativas, puesto que este dispositivo contraría el contenido del numeral 29, fracción II, último párrafo de la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, que determina que la afiliación a ese Instituto se da cuando exista relación laboral, hipótesis que no se actualiza en la especie al faltar el elemento de subordinación, consecuentemente debe prevalecer la aplicación de esta última norma al tratarse de la Ley especial en materia de aportaciones ante el Instituto.

(34)

Juicio No. 4978/01-11-03-4.- Resuelto por la Tercera Sala Regional Hidalgo México del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, el 30 de abril del 2002, por unanimidad de votos.- Magistrada Instructora: Ana Berta Thierry Aguilera.- Secretaria: Lic. Lidia V. Hernández Miyamoto.

8. PRECEDENTES DE TRIBUNALES

Tipo de documento: Jurisprudencia Novena época Instancia: Segunda Sala
Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Octubre de 2004 Página: 382

SEGURO SOCIAL. EL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA MATERIA, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 20 DE DICIEMBRE DE 2001, EN LO RELATIVO A APORTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 72, INCISO H), DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.

El proceso legislativo que culminó con el decreto por el que se reforman diversas disposiciones relativas a las aportaciones de seguridad social, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de diciembre de 2001, no transgrede el artículo 72, inciso H), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que la formación de las leyes que imponen contribuciones deberá discutirse primero en la Cámara de Diputados. Lo anterior es así, pues si bien es cierto que en la sesión de 6 de diciembre de 2001, la Cámara de Senadores aprobó en lo general y en lo particular, dentro del proyecto de decreto presentado por el Presidente de la República, las disposiciones sobre aportaciones de seguridad social (que tienen carácter de contribuciones), ordenando pasaran a la Cámara de Diputados para los efectos constitucionales procedentes, la que en sesión de 14 de diciembre de ese mismo año determinó que tales disposiciones fueran reservadas y después desechadas, también lo es que previamente, en esa sesión se decidió presentar una iniciativa de Decreto sólo respecto de los artículos de la Ley del Seguro Social con carácter fiscal, la cual se aprobó y fue enviada a la Cámara de Senadores, la que actuando como revisora aprobó tanto el desechamiento como la nueva iniciativa de Decreto y ambos documentos fueron enviados al Ejecutivo Federal para su promulgación.

Amparo en revisión 676/2003. Servicios Administrativos Prácticos, Soc. Coop. de R.L. 5 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretarías: Georgina Laso de la Vega Romero y María Marcela Ramírez Cerrillo. Amparo en revisión 1147/2003. Comercial Mercasol, Soc. Coop. Limit. 5 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretarías: María Marcela Ramírez Cerrillo y Georgina Laso de la Vega Romero.

Amparo en revisión 1815/2003. VFR Servicios Integrales, Soc. Coop. de R.L. de C.V. 5 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretarias: Georgina Laso de la Vega Romero y María Marcela Ramírez Cerrillo. Amparo en revisión 590/2004. Promociones Especializadas Aro, S.A. de C.V. 23 de junio de 2004. Cinco votos. Ponente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Secretario: Roberto Martín Cordero Carrera.

Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel Flores Rodríguez.

Tesis de jurisprudencia 131/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del diez de septiembre de dos mil cuatro.

Registro No. 179496 Localización: Novena Época Instancia: Primera Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XXI, Enero de 2005 Página: 425

Tesis: 1a. CLXXIX/2004 Tesis Aislada Materia(s): Constitucional, Administrativa Rubro: PRODUCCIÓN Y SERVICIOS. EL PROCESO LEGISLATIVO QUE DIO ORIGEN AL ARTÍCULO 2o., FRACCIÓN I, INCISO A), NUMERAL 3, DE LA LEY RELATIVA, VIGENTE EN DOS MIL DOS, INFRINGIÓ EL ARTÍCULO 72, INCISO E), DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.

Texto: Conforme al referido precepto de la Carta Magna, todo proyecto de ley o decreto que sea motivo de modificación por la Cámara Revisora, debe regresarse a la Cámara de Origen para la discusión exclusivamente de la reforma propuesta. De las versiones estenográficas de treinta y treinta y uno de diciembre de dos mil uno, que dieron nacimiento al artículo 2o., fracción I, inciso A), numeral 3, de la referida ley, se colige que la tasa tributaria para la enajenación o, en su caso, importación de bebidas con contenido alcohólico y cerveza con graduación de más del 20° G.L., fue fijada por la Cámara de Diputados, como Cámara de Origen, en un 45%, y al pasar a la Cámara de Senadores, en su calidad de Cámara Revisora, ésta aprobó la ley, empero, elevando esa tasa al 60%, remitiéndola luego a la de origen para los efectos constitucionales, la cual, una vez que determinó la aprobación de la ley, la pasó de inmediato al Ejecutivo para su publicación. Sin embargo, el proceso de formación de la ley no culminó conforme al texto constitucional, si se considera que la modificación o reforma a la tasa tributaria de referencia propuesta por la Cámara Revisora, al no haber sido reservada por ésta, en realidad, consistió en una iniciativa de ley, en términos de la facultad que deriva del artículo 71, fracción I, de la Constitución Federal, y que por tratarse de un aspecto relativo a impuestos, la Cámara de Diputados, una vez que recibió de aquélla la modificación, debió fungir como Cámara de Origen y haber reservado para su discusión y aprobación en su caso, la propuesta, para, enseguida, remitirla a la de Senadores a efectos de su revisión, y una vez concluido este proceso, de no haber existido reprobación por parte de los

integrantes de dicha Cámara original, entonces remitirla al Ejecutivo para los efectos constitucionales, requisitos que no se cumplieron en ese proceso de creación de la norma cuestionada. Precedentes: Amparo en revisión 846/2003. Nueva Wal-Mart de México, S.A. de C.V. y otra. 3 de septiembre de 2004. Unanimidad de cuatro votos. Ponente: Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Secretario: Enrique Luís Barraza Uribe.

RENDIMIENTOS Y ANTICIPOS OBTENIDOS POR LOS MIEMBROS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS, ASIMILABLES A INGRESOS POR LA RETRIBUCIÓN DEL DESEMPEÑO DE UN TRABAJO. LA CONDENA A SU PAGO MEDIANTE RESOLUCIÓN JUDICIAL NO EXIME AL COOPERATIVISTA DE SU OBLIGACIÓN FISCAL DE CUBRIR EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA RESPECTIVO, AUN CUANDO NO SE HUBIERA HECHO PRONUNCIAMIENTO EN LA SENTENCIA, EN LA LIQUIDACIÓN O EN EL CONVENIO POR EL QUE SE PRETENDA CUMPLIR EL FALLO.

De conformidad con lo dispuesto por los artículos 31, fracción IV, constitucional; 1o., 2o., fracción I, 5o. y 26, fracción I, del Código Fiscal de la Federación; y 1o., fracción I, 74, 78, fracción II y 80 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (abrogada), las personas físicas y morales se encuentran obligadas a contribuir al gasto público a través del pago de impuestos cuando se encuentren en la situación ya sea jurídica o de hecho, obligación que deriva de normas de aplicación estricta y observancia general; por tanto, si el impuesto sobre la renta debe pagarse por los contribuyentes que obtengan ingresos por la prestación de un servicio personal subordinado, y que asimilables a esos ingresos se encuentran los rendimientos y anticipos obtenidos por los miembros de las sociedades cooperativas, entonces, el hecho de que en una sentencia emitida por un órgano jurisdiccional no se establezca la deducción correspondiente del impuesto sobre la renta, no se haga referencia al mismo en la interlocutoria que resuelve la liquidación, o no se haga mención en el convenio que pretenda ejecutar el fallo definitivo, ello no incide para considerar que quien se encuentra obligado a enterar dicho impuesto no deba hacerlo, puesto que las normas que lo establecen son de aplicación estricta y de observancia general que deben aplicarse cuando se ubique el ciudadano en la hipótesis jurídica o de hecho y, además, tales disposiciones no pueden ser sometidas a criterios contractuales celebrados entre particulares, puesto que la voluntad de las partes no puede estar por encima de esas disposiciones legales.

DÉCIMO PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 454/2002. Excélsior Compañía Editorial, S.C. de R.L. 23 de abril de 2003. Unanimidad de votos. Ponente: Benito Alva Zenteno. Secretario: Ivar Langle Gómez.
Tipo de documento: Tesis aislada Novena época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVIII, Agosto de 2003 Página: 1822

RENDIMIENTOS Y ANTICIPOS OBTENIDOS POR LOS MIEMBROS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS ASIMILABLES A INGRESOS POR LA RETRIBUCIÓN AL DESEMPEÑO DE UN TRABAJO PERSONAL SUBORDINADO. NO PUEDEN SER OBJETO DE CRITERIOS CONTRACTUALES ENTRE PARTICULARES.

De la interpretación armónica de los artículos 31, fracción IV, constitucional; 1o., 2o., fracción I, 5o. y 26, fracción I, del Código Fiscal de la Federación; y 1o., fracción I, 74, 78, fracción II y 80 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (abrogada), se desprende la obligación de las personas físicas y morales de contribuir al gasto público a través del pago de impuestos cuando se encuentren en la situación ya sea jurídica o de hecho, obligación que deriva de las disposiciones fiscales que son de aplicación estricta y observancia general, y cuyos responsables solidarios, por cuanto a la retención de los mismos, son aquellas personas a quienes la propia ley fiscal les impone esa carga; asimismo, que el impuesto sobre la renta constituye una contribución al gasto público que debe cubrirse por todas aquellas personas físicas o morales que obtengan ingresos por la prestación de un servicio personal subordinado, y que se asimilan a esos ingresos los rendimientos y anticipos de los miembros de las sociedades cooperativas de producción. Consecuentemente, al establecerse el pago del impuesto sobre la renta en normas fiscales a cuya estricta observancia, por ser éstas de interés público, se encuentran obligados los contribuyentes, entonces, la retención de ese impuesto por las sociedades obligadas a ello, no es otra cosa que la solidaridad que guardan con el Estado para la obtención de ingresos con la finalidad de otorgar beneficios a la sociedad. Por ello, la obligación irrestricta de contribuir con el Estado para la obtención de esos beneficios sociales no puede ser sometida a criterios contractuales celebrados entre particulares, si dada su naturaleza jurídica éstos se ubican en la hipótesis jurídica o de hecho a que se refieren esas leyes fiscales, salvo en el caso en que se pacte quién va a enterar el impuesto respectivo.

DÉCIMO PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 454/2002. Excélsior Compañía Editorial, S.C. de R.L. 23 de abril de 2003.

Unanimidad de votos. Ponente: Benito Alva Zenteno. Secretario: Ivar Langle Gómez.

Tipo de documento: Tesis aislada Novena época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Septiembre de 2004

Página: 359

SEGURO SOCIAL. LOS ARTÍCULOS 12, FRACCIÓN II, 19, 28-A Y 30, FRACCIÓN II, DE LA LEY RELATIVA, VIGENTES A PARTIR DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2001, QUE ESTABLECEN LA FORMA EN QUE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS Y SUS SOCIOS CUBRIRÁN LAS CUOTAS DE SEGURIDAD SOCIAL, NO TRANSGREDEN EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD TRIBUTARIA.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha sostenido que el principio de legalidad tributaria contenido en la fracción IV del artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, significa que el acto creador de la contribución debe emanar del poder que conforme a la Constitución Federal esté encargado de la función legislativa, y que sus elementos esenciales, así como la forma, contenido y alcance de la obligación tributaria, deben estar consignados expresamente en la ley, de manera que no quede margen para la arbitrariedad de las autoridades exactoras, ni para el cobro de impuestos imprevisibles o a título particular. Ahora bien, si las sociedades cooperativas deben cubrir sus cuotas como patrones y para tal efecto deben observar las normas de la Ley del Seguro Social que se refieren a aquéllos y a los trabajadores, sólo en lo que resulten aplicables, conforme a su artículo 26, y si los artículos 5o.-A, fracción XVIII, 11, 15, 27, 28, 29, 30º 32, 34, 38, 39, 70, 71, 72, 105, 106, 107, 146, 147, 148, 167, 168, 211 y 212, de la ley citada, prevén en forma clara los elementos esenciales de las aportaciones de seguridad social que deben de pagar, al señalar con precisión los sujetos, la base, la tasa, la época de pago y el lugar donde debe hacerse, es indudable que los diversos numerales 12, fracción II, 19, 28-A y 30, fracción II, de dicho ordenamiento, que establecen la forma en que tales sociedades cubrirán las cuotas de seguridad social, no transgreden el mencionado principio constitucional, sin que sea obstáculo para esta conclusión que el concepto "salario base de cotización" se encuentre relacionado con nociones de derecho laboral, pues con independencia de la connotación que dicha expresión tiene en la Ley Federal del Trabajo, el concepto debe entenderse referido a la cotización de los socios cooperativistas, en términos de los artículos 19, 26 y 28-A de la Ley del Seguro Social.

Amparo en revisión 676/2003. Servicios Administrativos Prácticos, Soc. Coop. de R.L. 5 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretarías: Georgina Laso de la Vega Romero y María Marcela Ramírez Cerrillo. Amparo en revisión 1147/2003. Comercial Mercasol, Soc. Coop. Limit. 5 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretarías: María Marcela Ramírez Cerrillo y Georgina Laso de la Vega Romero. Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel Flores Rodríguez.

Tipo de documento: Tesis aislada Novena época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Septiembre de 2004

Página: 358

SEGURO SOCIAL. LA OBLIGACIÓN DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CUBRIR CUOTAS DE ESA ÍNDOLE NO RESTRINGE SU DESARROLLO ECONÓMICO, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 25, PENÚLTIMO PÁRRAFO, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.

El citado precepto constitucional prevé la rectoría económica del Estado, la cual se cumple cuando apoya, a través de mecanismos equitativos, la productividad, organización y expansión de la actividad económica del sector social, esto es, a personas que por diferentes factores enfrentan situaciones de riesgo que les impiden alcanzar mejores niveles de vida y requieren de atención e inversión del Gobierno para lograr su bienestar; sin embargo, estas acciones no llegan al extremo de que los sujetos queden eximidos de cumplir con sus obligaciones tributarias, en términos del artículo 31, fracción IV, de la Constitución Federal, pues la imposición de las contribuciones es acorde a los principios fiscales que prevé. Así, el hecho de que se paguen cuotas del seguro social en términos de los artículos 12, fracción II, 19 y 28-A de la Ley del Seguro Social, por sí solo no restringe el desarrollo económico de las sociedades cooperativas, toda vez que si bien conlleva una carga económica, permite que el Estado cumpla con la ayuda a ese sector mediante mecanismos equitativos, además de que no resulta contrario al deber de alentar su desarrollo económico, sino permite su consecución.

Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel Flores Rodríguez.

Tipo de documento: Tesis aislada Novena época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Septiembre de 2004

Página: 357

SEGURO SOCIAL. EL ARTÍCULO 19 DE LA LEY RELATIVA, VIGENTE A PARTIR DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2001, QUE ESTABLECE QUE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS PAGARÁN LA CUOTA CORRESPONDIENTE COMO PATRONES, Y CADA UNO DE LOS SOCIOS LO HARÁ COMO TRABAJADORES, NO TRANSGREDE EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

El citado precepto establece que las sociedades cooperativas pagarán la cuota correspondiente como patrones, y los socios lo harán como trabajadores; sin embargo, esta similitud, sólo en la forma de calcular dicha cuota, no otorga un trato igual a desiguales que implique trasgresión al principio de equidad tributaria contenido en la fracción IV del artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pues en atención a las diferencias existentes, el legislador consideró una base de tributación para los socios cooperativistas (total de rendimientos que reciben por la aportación de su trabajo), y otra distinta para los trabajadores (salario que perciben), aunado a que los artículos 26 y 28-A de la Ley del Seguro Social prevén que las sociedades cooperativas deben cubrir las cuotas relativas, para lo cual están obligadas a observar, sólo en lo que sean aplicables, las normas referidas a los trabajadores, es decir, éstas sirven de sustento a dichas sociedades cooperativas para cumplir con los deberes que la ley respectiva les impone, mas no significa que se otorgue un trato igual a desiguales,

en virtud de que siendo sujetos distintos, tributan sobre una base de cotización diferente. Además, el artículo 19 de la ley citada no vulnera el mencionado principio constitucional por no prever como sujetos obligados a los socios de las sociedades mercantiles diversas de las cooperativas, pues no pueden recibir un tratamiento igual, ya que en éstas los socios aportan básicamente su trabajo personal, físico o intelectual, con fines de solidaridad entre ellos, aunado a que las sociedades cooperativas constitucionalmente pertenecen al sector social, al igual que los trabajadores, lo que justifica que por esas características queden obligados a realizar las aportaciones de seguridad social y sujetos de aseguramiento, a diferencia de otros socios que no tienen vínculo de trabajo alguno.

Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel Flores Rodríguez.

Tesis aislada Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Septiembre de 2004 Tesis: 2a. LXXII/2004
Página: 356 Materia: Constitucional, Administrativa.

SEGURO SOCIAL. EL ARTÍCULO 12, FRACCIÓN II, DE LA LEY RELATIVA, VIGENTE A PARTIR DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2001, AL INCORPORAR EN EL RÉGIMEN OBLIGATORIO A LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS, NO TRANSGREDE EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha sostenido que no toda desigualdad de trato establecida en la ley supone una violación al principio de equidad tributaria previsto en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ya que esa violación se configura si dicha desigualdad produce distinción entre situaciones tributarias idénticas, sin que exista justificación objetiva y razonable para ello. En ese tenor, los socios de las sociedades cooperativas no pueden recibir un trato idéntico, en el régimen de aseguramiento de la Ley del Seguro Social, al de los ejidatarios y comuneros, aunque éstos también integran constitucionalmente el sector social, en virtud de que el legislador ordinario, atendiendo a situaciones objetivas como son las notorias desventajas económicas de estos últimos, el impacto económico para el Instituto Mexicano del Seguro Social en el sostenimiento del régimen obligatorio del sector rural y el respeto a su voluntad, cuya base primaria se encuentra prevista en el artículo 27, fracción VII, de la Constitución Federal, determinó incorporarlos al sistema en el que voluntariamente pueden ser sujetos de aseguramiento al régimen obligatorio; por consiguiente, el artículo 12, fracción II, de la Ley del Seguro Social, no transgrede el mencionado principio constitucional puesto que el trato diferenciado en el régimen de aseguramiento entre los ejidatarios, comuneros y los socios cooperativistas encuentra plena justificación constitucional y económica.

Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel

Flores Rodríguez.

Novena Época Instancia: Primera Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Diciembre de 2004 Tesis: 1a. CXLIV/2004
Página: 377 Materia: Constitucional, Administrativa Tesis aislada.

Rubro SEGURO SOCIAL. LOS ARTÍCULOS 19, 28 A Y NOVENO TRANSITORIO DE LA LEY DE LA MATERIA (VIGENTES A PARTIR DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2001), RELATIVOS A LAS APORTACIONES DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS, NO TRANSGREDEN EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD TRIBUTARIA.

Texto. Los preceptos legales referidos prevén de manera clara y precisa los elementos esenciales de las aportaciones de seguridad social que deben cubrir las sociedades cooperativas como son, entre otros, el sujeto obligado (sociedades cooperativas, trabajadores asalariados y socios cooperativistas); el sujeto de aseguramiento (trabajadores asalariados y socios cooperativistas); la base (el salario que perciben los trabajadores por su trabajo, integrado en los términos de la propia ley, o bien, el total de percepciones que reciben los socios cooperativistas por la aportación de su trabajo personal); la tasa o tarifa (los porcentajes que se deben aplicar a la base para cada ramo de los seguros que comprende el régimen obligatorio); la época de pago (a más tardar el día 17 del mes inmediato siguiente al en que se causaron las cuotas relativas) y el lugar de pago (ante el Instituto Mexicano del Seguro Social), lo cual indudablemente permite que las sociedades cooperativas de producción que no se encuentran dentro del supuesto previsto en el artículo noveno transitorio de la Ley del Seguro Social conozcan de manera cierta la forma en que deben calcular las cuotas obrero-patronales a su cargo. En consecuencia, los artículos 19, 28 A y noveno transitorio del citado ordenamiento legal no violan el principio de legalidad tributaria contenido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pues si bien la disposición transitoria sólo prevé la forma en que deberán cubrir sus cuotas las mencionadas sociedades inscritas en el Instituto Mexicano del Seguro Social -en términos de la ley de la materia vigente hasta el 30 de junio de 1997-, ello no implica que se deje al arbitrio de la autoridad administrativa la determinación de la forma en que se pagarán las cuotas a cargo de las sociedades cooperativas inscritas entre el 1o. de julio de 1997 y el 20 de diciembre de 2001, ya que el referido numeral transitorio únicamente establece reglas de excepción para aquellas que se hayan inscrito durante la vigencia de la Ley del Seguro Social abrogada, lo que significa que las sociedades inscritas a partir de la entrada en vigor de la nueva ley (1o. de julio de 1997) deberán cubrir sus cuotas conforme a ésta.

Precedentes Amparo en revisión 640/2003. Consultoría Empresarial Metropolitana, S.C. de R.L. 28 de abril de 2004. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Humberto Román Palacios. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro.

Tesis Seleccionada Instancia: 1a. Sala Época: 9a. Época Localización Novena Época Instancia Primera Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Diciembre de 2004 Tesis: 1a. CXLIII/2004 Página: 378 Materia: Constitucional, Administrativa Tesis aislada.

Rubro SEGURO SOCIAL. LOS ARTÍCULOS 19 Y 28 A DE LA LEY DE LA MATERIA (VIGENTES A PARTIR DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2001), RELATIVOS A LAS APORTACIONES DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS, NO TRANSGREDEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

Texto Los citados preceptos no transgreden el principio de equidad tributaria contenido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Lo anterior, en virtud de que conforme al citado artículo 28 A, la base de cotización de los socios cooperativistas se integra por el total de las percepciones que reciban por la aportación de su trabajo personal, mientras que el salario base de cotización se integra por los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones y cualquier otra cantidad o prestación entregada al trabajador por su trabajo. De este modo, si se toma en cuenta que los miembros de las sociedades cooperativas de producción no se consideran sus trabajadores, que por tal motivo no perciben un salario, sino rendimientos y/o anticipos a rendimientos, y que el legislador ordinario previó para los socios una base de cotización diversa a la contemplada para los trabajadores, resulta evidente que el hecho de que la Ley del Seguro Social se refiera en todo momento a los conceptos de salario y trabajador, no implica que dé un tratamiento igual a desiguales, máxime si prevé una base de tributación para los socios cooperativistas (total de rendimientos que recibe por la aportación de su trabajo personal) diversa a la señalada para los trabajadores (salario que percibe por su trabajo integrado en los términos de ley); además, si los artículos 26 y 28 A del ordenamiento legal en cita expresamente señalan que sólo deben observarse las porciones normativas que resulten aplicables, los conceptos de salario y trabajador deben entenderse referidos, en general, a las percepciones que constituyen la base de cotización de las cuotas obrero patronales y a los sujetos de aseguramiento del régimen obligatorio, respectivamente.

Precedentes Amparo en revisión 640/2003. Consultoría Empresarial Metropolitana, S.C. de R.L. 28 de abril de 2004. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Humberto Román Palacios. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro.

Tesis aislada Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XX, Septiembre de 2004 Tesis: 2a. LXXI/2004
Página: 356

Materia: Constitucional, Administrativa.

SECTOR SOCIAL. EL ARTÍCULO 25, PENÚLTIMO PÁRRAFO, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, NO PREVE IGUALDAD ABSOLUTA ENTRE LAS DIFERENTES FORMAS DE ORGANIZACIÓN EN ÉL COMPRENDIDAS.

De la exposición de motivos de 7 de diciembre de 1982, de la que derivó la adición del penúltimo párrafo al artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se advierte que el Poder Reformador reguló lo atinente al sector social en su aspecto económico, precisando las diferentes formas de organización social en él comprendidas (entre otras, ejidos, comunidades y cooperativas), pero esta base fundamental no implica una igualdad absoluta entre ellas, ya que la agrupación de esas organizaciones en la Constitución Federal obedece a que persiguen un fin social común, por ello fueron materia de protección en forma conjunta, a través de mecanismos que facilitan su expansión en la actividad económica, esto es, para no regular individualmente el sector social en su régimen económico, se estableció constitucionalmente una sola prevención para dichas organizaciones sociales afines, sin que sea necesario que tengan una naturaleza jurídica idéntica.

Amparo en revisión 768/2003. Colchado y Asociados Dirección Empresarial, Soc. Coop. de R.L. 27 de agosto de 2004. Unanimidad de Cuatro votos. Ausente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Israel Flores Rodríguez.

RENTA. LOS ARTÍCULOS 93 Y 95, FRACCIÓN VII, DE LA LEY DEL IMPUESTO RELATIVO, AL NO INCLUIR A LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN EN LA EXENCIÓN PREVISTA PARA LAS DE CONSUMO, NO VIOLAN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA (LEGISLACIÓN VIGENTE EN 2002).

Los referidos preceptos, al exentar de dicha contribución a las sociedades cooperativas de consumo, pero no a las de producción, no violan el principio de equidad tributaria contenido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, porque dicha exención se formula en atención a categorías abstractas de sujetos ubicados en situaciones objetivamente distintas, desde un punto de vista social y económico. Así, mientras la finalidad de las sociedades cooperativas de consumo consiste en suministrar a sus miembros, a precios módicos, los artículos o servicios que requieren para satisfacer sus necesidades, la de las sociedades cooperativas de producción radica en la comercialización de bienes y servicios para obtener de ellos la mayor ganancia posible, lo que demuestra que dichas entidades no se ubican objetivamente en un plano de igualdad y, por ende, no deben recibir el mismo tratamiento jurídico. Amparo en revisión 174/2004. Asesoría Fiscal Metropolitana, S.C. de R.L. 14 de enero de 2005. Cinco votos. Ponente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Secretario: Fernando Silva García.

ACTIVO. EL ARTÍCULO 6o., FRACCIÓN I, DE LA LEY DEL IMPUESTO RELATIVO, AL NO INCLUIR A LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN EN LA EXENCIÓN PREVISTA PARA LAS DE CONSUMO, NO VIOLA EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA (LEGISLACIÓN VIGENTE EN 2002).

El mencionado precepto exenta del impuesto al activo a "quienes no sean contribuyentes del impuesto "sobre la renta", entre los que están incluidas las sociedades cooperativas de consumo, pero no las de producción, mas no por ello viola el principio de equidad tributaria contenido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, porque dicho beneficio se otorga en atención a categorías abstractas de sujetos ubicados en situaciones objetivamente distintas, desde un punto de vista social y económico. Así, mientras la finalidad de las sociedades cooperativas de consumo consiste en suministrar a sus miembros, a precios módicos, los artículos o servicios que requieren para satisfacer sus necesidades, la de las sociedades cooperativas de producción radica en la comercialización de bienes y servicios para obtener de ellos la mayor ganancia posible, lo que demuestra que dichas entidades no se ubican objetivamente en un plano de igualdad y, por ende, no deben recibir el mismo tratamiento jurídico.

Amparo en revisión 174/2004. Asesoría Fiscal Metropolitana, S.C. de R.L. 14 de enero de 2005. Cinco votos. Ponente: Margarita Beatriz Luna Ramos. Secretario: Fernando Silva García.

Cooperativas de Consumo, para eliminar auto facturaciones y/o problemas de deducciones de compras no deducibles.

Definición Legal de Sociedades Cooperativas.

Dentro del artículo 2 de la Ley General de Sociedades Cooperativas se definen como tal a, la forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

Definición Legal de Sociedades Cooperativas de Consumo.

Los artículos 21 y 22 de la Ley General de Sociedades Cooperativas establecen que forman parte del sistema Cooperativo, las Sociedades Cooperativas de Consumo. A su vez las definen como, "aquellas cuyos miembros se asocien con el objeto de obtener en común artículos, bienes o servicios para ellos, sus hogares o sus actividades productivas."

Con la unión y el esfuerzo común de los socios cooperativistas se logran:

- Mejores precios,
- Mejor calidad,
- Oportunidad en las entregas, etc.

Evidentemente que para que las Cooperativas de Consumo incidan favorablemente en las empresas, se tiene que ser socio de la Cooperativa.

Por último el artículo 26 complementa los beneficios de estas sociedades al establecer que, “Las Sociedades Cooperativas de Consumidores podrán dedicarse a actividades de abastecimiento y distribución, ahorro y préstamo, así como a la prestación de servicios relacionados con la educación o la obtención de vivienda.

En base a lo anteriormente comentado y al criterio normativo del SAT “29/2002/ISR Sociedades Cooperativas de consumo. No están obligadas a pagar el ISR cuando enajenen bienes distintos de su activo fijo”, resulta ingenuo que en las empresas se opte por la auto facturación o cualquier otro medio de comprobación fiscal para determinadas operaciones, ya que están limitadas o exageradamente reguladas.

Novena Época Instancia: Primera Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVIII, Octubre de 2003 Tesis: 1a. LVII/2003
Página: 16 Materia: Constitucional, Administrativa Tesis aislada.

RENTA. LOS ARTÍCULOS 93 Y 95, FRACCIÓN VII, DE LA LEY DEL IMPUESTO RELATIVA, AL NO INCLUIR DENTRO DE LA EXENCIÓN DE QUE GOZAN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CONSUMO A LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN, NO VIOLAN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD TRIBUTARIA.

Los referidos artículos que exentan de dicha contribución a las sociedades cooperativas de consumo no violan el principio de equidad tributaria establecido en el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Ello es así porque la exención prevista a favor de esas sociedades se formula en atención a categorías abstractas de sujetos colocados en situaciones objetivamente distintas, pues por razones de orden económico y social ameritan un tratamiento fiscal diferente. Así, mientras la finalidad de las sociedades cooperativas de consumo consiste en suministrar a sus miembros, a precios módicos, los artículos o servicios que requieren para la satisfacción de sus necesidades, la concerniente a las de producción radica en la comercialización de bienes y servicios para obtener de ellos la mayor ganancia posible, lo que demuestra que el ánimo de lucro y la capacidad contributiva de dichos entes difiere sustancialmente y justifica el trato distinto que el legislador federal les otorga, pues es claro que dichas entidades no se ubican en un plano de igualdad y, por ende, no deben recibir el mismo tratamiento jurídico. Amparo en revisión 489/2003. Cooperativa Proyectos Inmobiliarios de Oaxaca, S.C. de R.L. 20 de agosto de 2003. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Ponente: Olga Sánchez Cordero de García Villegas; en su ausencia hizo suyo el asunto Juan N. Silva Meza. Secretario: Carlos Mena Adame.