

LA GOBERNANZA EN LAS CADENAS GLOBALES DE VALOR: PROPUESTA TEÓRICA Y METODOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS TRADICIONALES Y ALTERNATIVOS DE CAFÉ

Pablo Pérez Akaki¹

Marisol Velázquez Salazar²

RESUMEN

Las cadenas globales de valor de café han alcanzado dimensiones globales y muy complejas toda vez que el producto es el segundo bien (*commodity*) más comercializado a nivel mundial, se ha vislumbrado un mayor consumo y se ha diferenciado en nichos específicos como los llamados alternativos. Asimismo, la producción se separa regionalmente de la transformación y la comercialización en países desarrollados y países que no lo son.

A partir de lo anterior, surge el objeto de estudio planteando las siguientes preguntas investigación, si el café es el segundo *commodity* más comercializado en el mundo y México se encuentra entre los primeros productores ¿cuál es entonces la razón por la que los productores primarios siguen en condiciones de marginación y pobreza? ¿Cuál es su relación con los consumidores finales y los intermedios? ¿Qué tanto influyen en la cadena? ¿Quiénes la dominan y bajo qué condiciones? ¿Qué diferencias existen entre los encadenamientos tradicionales y los alternativos? ¿Los sistemas alternativos, como los orgánicos, son una opción viable para estos productores? Dichas cuestiones se responden bajo la hipótesis de que el encadenamiento del café orgánico y otras alternativas se asemeja, cada vez más, a las cadenas tradicionales dominadas por oligopolios que dictan el curso de cada eslabón y

¹ Doctor en Economía. Posgrado en Economía, UNAM FES Acatlán. Tel. 56231559. ppablo@apolo.acatlan.unam.mx

² Maestra en Economía. Posgrado en Economía. UNAM FES Acatlán. Tel. 56231559. marza230965mail.com

centralizan el poder, el capital y las ganancias, a costa de los productores primarios. En este sentido, uno de los principales resultados es que las CGV de café se encuentran bajo la gobernanza entendida como normatividad y las instituciones que dictan las reglas y normas.

Sobre el marco teórico de Gary Gereffi (1994, 2005) acerca de las cadenas globales de valor, este estudio pretende avanzar en la discusión acerca de la gobernanza y cómo se define en las cadenas tradicionales y alternativas de café. Para ello se incluye la Teoría de las Convenciones propuesta por la escuela francesa, así como el enfoque de gobernanza visto desde el punto de vista de dominio, coordinación y normatividad, tal como lo proponen Gereffi (1994, 2005), Ponte y Gibbon (2005) y Sturgeon (2009).

Al final, se concluye que si bien la importancia que han adquirido las condiciones bajo las que se produce en cuanto a calidad, medio ambiente, trabajo humano y cultura, han creado nuevos nichos de mercado para los productores de café, también se ha creado la necesidad de instituciones reguladoras y normativas, cuyas reglas, certificaciones y normas se han construido con poca o nula intervención de los productores primarios, lo que margina su participación en las cadenas de valor. Aunado a esto las grandes corporaciones se han adueñado de cadenas que se consideraban alternativas y ahora exigen que el grano esté, de alguna manera, certificado. Dicha conclusión se basa en la propuesta realizada de abarcar las tres concepciones de gobernanza para un solo encadenamiento con la finalidad de compararlos.

Palabras o conceptos clave que ayuden a identificar temáticamente el trabajo (3)

Palabras o conceptos enumerados: Cadenas globales de valor, Gobernanza, Café

A partir de la revisión teórica metodológica propuesta por Gereffi (1994) se han construido tres diferentes percepciones sobre el concepto de gobernanza que han derivado en la evolución de teórica de las cadenas globales de valor (CGV).

En un primer momento, Gereffi y Korzeniewicz (1994) identifican la gobernanza como control o dominio sobre la cadena de valor, en ese punto entendida como cadena de mercancías. Posteriormente, Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) proponen un sentido de coordinación que se relaciona con ciertas actividades dentro de la cadena y específicamente de un eslabón a otro, de proveedores hacia compradores intermedios y viceversa, sin contemplar otras relaciones. Finalmente, estos mismos autores plantean la gobernanza como normalización entendida como la implementación de normas, reglas y estándares por parte de instituciones ajenas a la cadena que dictan las relaciones dentro de la misma.

EL ENFOQUE ORIGINAL DE GEREFFI Y KORZENIEWICZ (1994): GOBERNANZA COMO CONTROL (GOVERNANCE AS DRIVING)

Esta tipología representó la segunda aproximación a la medición de las relaciones de autoridad y poder para determinar cómo se asignan los recursos materiales, financieros y humanos a lo largo de una cadena de comercialización (Gereffi, 1994: 97). Antes de ellos Hopkins y Wallerstein (1986: 162; 1994: 18-19) habían ofrecido un primer intento de análisis de una cadena global de mercancías, para lo cual propusieron una estrategia basándose en cuatro dimensiones: el flujo de las mercancías, las relaciones de poder entre participantes de la cadena, los tipos de relaciones de poder y la ubicación geográfica.

Posteriormente, Gereffi (1994: 96-97) propone que las cadenas de mercancías cuentan con tres dimensiones de análisis: la estructura entrada y salida o de los flujos de mercancías (input-output); territorial, que analiza la dispersión espacial de la producción y comercialización de las

mercancías y; una estructura de gobernanza, que representa las relaciones de autoridad y poder que determinan la asignación de recursos humanos, financieros y materiales.

Como lo destaca el mismo Gereffi la estructura de gobernanza es la dimensión de mayor interés y en ella identifica dos tipologías: las cadenas guiadas por los productores y las cadenas guiadas por los compradores. Las cadenas dirigidas por el productor son aquellas en las que grandes empresas manufactureras, generalmente transnacionales, juegan el rol central de coordinar las redes de producción (incluyendo sus vínculos hacia delante y hacia atrás). Prevalcen industrias intensivas en capital y tecnología, como son la automotriz, aviación, computación, maquinaria pesada y de semiconductores (Gereffi, 1994: 97; 1999: 41; 2001: 1618- 1619). Generalmente, esta industria presenta una estructura oligopólica con altas barreras de entrada de capital y tecnología; estos elementos, junto con la organización de la producción, constituyen la fuente de sus utilidades.

Por el otro lado, las cadenas dirigidas por los compradores son aquellas en donde grandes cadenas de autoservicios, comerciantes, y fabricantes de marcas juegan el papel central en el establecimiento de redes descentralizadas de producción en una gran variedad de países exportadores, típicamente localizados en el Tercer Mundo (Gereffi, 2001:1620). Las empresas que se identifican con este tipo de redes son aquellas en donde los procesos productivos son intensivos en trabajo, tales como los sectores del vestido y calzado, y las actividades agroalimentarias. La estructura de mercado común en las industrias de este tipo es competitiva, las utilidades no se derivan de la escala, el volumen y los avances tecnológicos, sino de combinaciones de investigación de alto valor, diseño, mercadotecnia y servicios financieros. Estas empresas se convierten en los puntos estratégicos de vinculación entre productores en todo el mundo y consumidores de países desarrollados, siendo capaces de manejar el consumo masivo por medio de marcas específicas.

EL ENFOQUE DE GEREFFI, HUMPHREY Y STURGEON (2005): GOBERNANZA COMO COORDINACIÓN (GOVERNANCE AS COORDINATION)

Una segunda versión para interpretar las relaciones de gobernanza entre los participantes de una cadena de comercialización es la llamada gobernanza como coordinación (governance as coordination) (Gibbon, Bair y Ponte, 2008: 322; Bair, 2009: 26). En esta versión se parte de un concepto diferente a la de Cadena Global de Mercancías (CGM) que fue la unidad de análisis en la primera versión, pues ahora se propone la Cadena de Valor Añadido (CVA), la cual comprende los procesos por los cuales la tecnología se combina con insumos materiales y de mano de obra para que luego estos insumos procesados sean ensamblados, comercializados y distribuidos (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005: 79), aunque más bien se utilizó el concepto de Cadenas Globales de Valor (CGV) como uno más amplio que integrara las anteriores definiciones y permitiera una inclusión de muchos bienes en este ejercicio analítico.

La propuesta de Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) ofreció una nueva tipología para el análisis de las ahora llamadas cadenas globales de valor, con la desventaja que limitaban su análisis a las relaciones entre empresas de una cadena y no a la caracterización de la cadena en su conjunto. De acuerdo con esta segunda versión, las relaciones entre empresas están determinadas por tres variables: la complejidad de la información y el conocimiento necesario para comprenderse, la facilidad para codificarse y transmitirse y las capacidades de los proveedores existentes y potenciales en relación a las necesidades de las transacciones. Estas variables determinan el grado de coordinación explícita y la asimetría de poder entre las empresas, lo que se traduce en cinco categorías posibles, presentadas en el Cuadro 1:

a) Mercado: poca complejidad de la información, alta codificación de los estándares y altas capacidades de los proveedores, lo que implica que la especificidad del producto sea baja y la coordinación entre los actores sea mínima.

- b) Modular: alta complejidad de la información, alto nivel de codificación en los estándares de producción y alta capacidad de los proveedores para traducir dichos estándares y producir, sin mucho monitoreo, los bienes altamente especializados que demandan los compradores.
- c) Relacional: alta complejidad de la información, bajo nivel de codificación de los estándares y altas capacidades de los proveedores hacen que las empresas líderes los utilicen para complementar sus competencias. Por lo tanto es importante la reputación, la proximidad social y espacial, así como vínculos familiares y étnicos, entre otros. El bajo nivel de codificación genera que la interacción entre los actores sea alta y con ello alto el nivel de coordinación.
- d) Captiva: alta complejidad de la información, alto nivel de codificación de los estándares y bajas capacidades de los proveedores, provocan que las empresas líderes tengan un alto nivel de intervención en los proveedores, quienes se ven beneficiados por su participación en la cadena, aunque estén confinados a un conjunto pequeño de actividades.
- e) Jerárquica: alta complejidad en la información, baja codificación de los estándares y bajas capacidades de los proveedores provocan un nivel de interacción muy estrecho entre la empresa líder y los proveedores, casi al nivel de una producción propia.

El énfasis está en la forma en la que se vinculan las organizaciones que participan en una cadena comercial, así como en el nivel de dependencia que existe entre ellas, por lo que este enfoque no caracteriza a la cadena en su conjunto, sino a relaciones específicas entre participantes de una cadena de mercancías.

De esta manera, Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) plantean que la gobernanza no tiene un patrón ni es específica para cada industria. Incluso en una industria particular en un lugar y tiempo particular, los patrones pueden variar de un estado de la cadena a otro. Por lo tanto, surge la necesidad de explicar cómo y porqué las tres variables determinantes - la complejidad

de la información, la habilidad de codificar la información y las capacidades de los proveedores actuales y potenciales – cambian de uno a otro caso. Para ello se ofrece una respuesta parcial. Primero, la complejidad de la información cambia a medida que la firma líder busca obtener servicios externos más complejos y servicios de sus proveedores; segundo, nuevas tecnologías recomienzan el proceso de la codificación y; tercero, la competencia entre proveedores cambia en el tiempo. Estas variables son a veces determinadas por características tecnológicas de productos y procesos que usualmente dependen de la efectividad de los actores de la industria y de los procesos sociales que influyen en el desarrollo, difusión y adopción de los estándares y otros esquemas de codificación.

Cuadro 1. Tipos de coordinación y sus variables

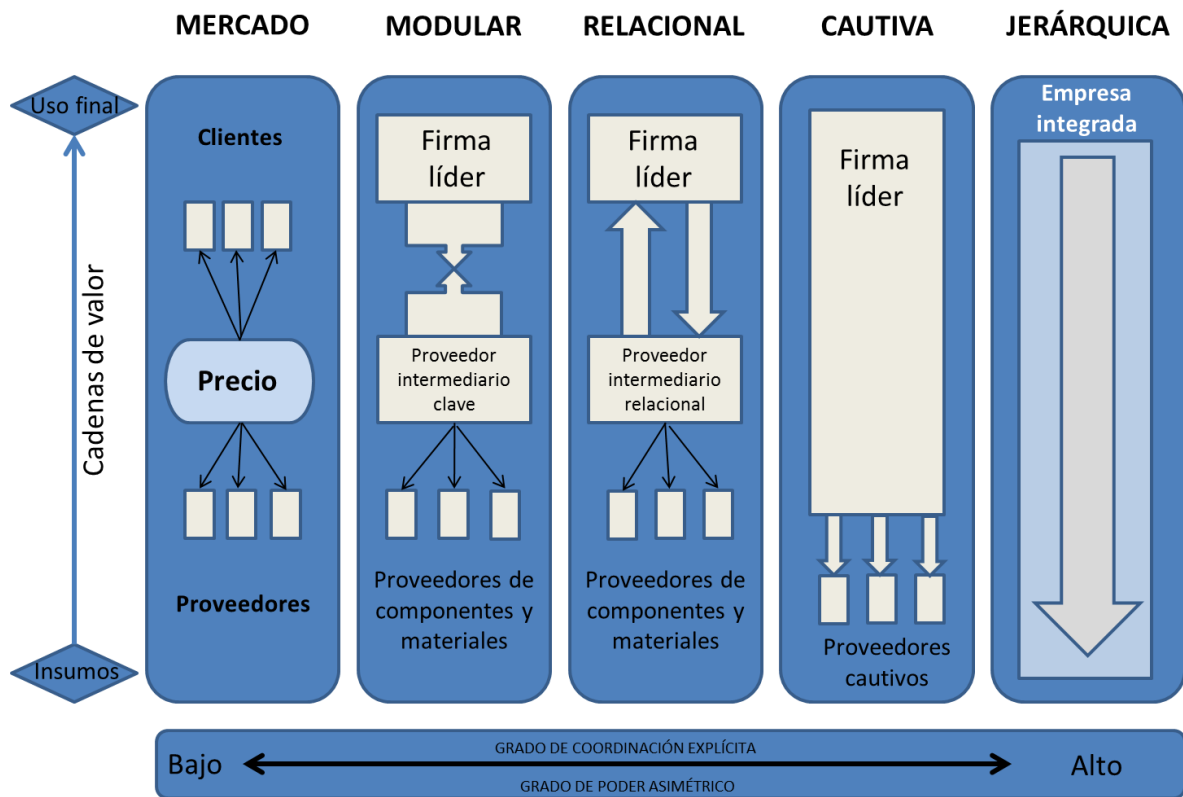
Coordinación	Monopolio, oligopolio, mercado tradicional		Nivel de coordinación	Nivel de asimetría	Complejidad de las transacciones	Habilidad de codificación de las transacciones	Capacidad de respuesta de proveedores
Indicadores	Número de productores	Número de compradores	Contratos y reglas establecidas	Número de participantes independientes en la cadena	Instructivos, manuales, reglas de especificaciones	Tipo de contratos	Conocimiento, certificaciones, capacidad de producción de productores
Mercado	Varios	Varios	Bajo	Bajo	Bajo	Alto	Alto
Modular	Varios	Uno	Medio bajo	Medio bajo	Alto	Alto	Alto
Relacional	Varios	Uno	Medio	Medio	Alto	Bajo	Alto
Cautiva	Varios	Uno	Medio alto	Medio alto	Alto	Alto	Bajo
Jerárquica	Productor y comprador es la misma empresa		Alto	Alto	Alto	Bajo	Bajo

Fuente: Elaboración propia con base en Gereffi (2005) y Humphrey (2006).

En la Figura 1 se muestran las variables que indican cada uno de los tipos de gobernanza. Si bien las tres variables principales son la complejidad de las transacciones, habilidad de codificación de las transacciones y capacidad de respuesta de los proveedores, estas interactúan con otras que se pueden observar de manera menos compleja dentro de las cadenas como el número de productores y número de compradores; en conjunto, muestran el nivel de coordinación, el nivel de asimetría y la participación del intermediario. De esta manera el grado de coordinación y nivel de asimetría va de menor a mayor en la escala de gobernanza tipo mercado hacia el tipo jerárquica. Una gobernanza tipo mercado tiene la menor coordinación

entre los agentes que participan en la cadena, menor asimetría y el intermediario es el precio, lo que es lógico en un encadenamiento con varios compradores y varios productores. Al contrario, una estructura de gobernanza jerárquica tiene un alto poder de coordinación y mayor asimetría, lo que se debe a que el proveedor y el comprador son la misma empresa, en este caso no hay intermediarios. Para el caso medio se encuentra el tipo relacional que tiene un nivel de coordinación medio, asimetría media y un intermediario que media entre la firma líder (que es única) y los proveedores (que son varios).

Figura 1. Relaciones de gobernanza dentro de las Cadenas Globales de Valor



Fuente: Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005)

Asimismo, se puede observar que el enfoque de las CGV conjunta diversos enfoques en el análisis de una cadena de comercialización: la economía institucional permite entender la de especificidad de un bien como un problema de relaciones entre empresas; la sociología y la geografía contribuyen a explicar que por medio de la reputación, construida por medio de la

repetición de transacciones en el tiempo es capaz de evitar la integración vertical que resuelve el problema de la especificidad; los negocios contribuyen a entender que la complejidad de la información puede resolverse por medio de la estandarización y la codificación de los procesos (Sturgeon, 2006: 15).

EL ENFOQUE DE GIBBON, BAIR Y PONTE (2009): GOBERNANZA COMO NORMALIZACIÓN (*GOVERNANCE AS NORMALIZATION*)

Recientemente apareció una tercera versión, el concepto de gobernanza por normalización (*governance as normalization*), el cual se utiliza para argumentar que el control entre empresas puede llevarse a cabo a partir de la imposición de ciertas normatividades, reglas, estándares o, más generalmente, convenciones sobre los métodos de producción y procesamiento (Ponte y Gibbon, 2005: 3; Gibbon, Bair y Ponte, 2008: 324). El fundamento de esta postura se encuentra en la teoría de las convenciones, las cuales pueden definirse como un conjunto de mecanismos de resolución de conflictos, los cuales emergen en la búsqueda de solución a problemas de coordinación; son guías para la acción y sistemas colectivos que legitiman dichas acciones (Ponte y Gibbon, 2005: 6).

En un primer trabajo sobre esta perspectiva, Ponte y Gibbon (2005) se basaron en la teoría de las convenciones, la cual construye a partir de una clasificación de las formas de coordinación entre empresas basadas en convenciones de calidad (Eymard-Duvernay, 1989) para identificar la forma de gobernanza en las cadenas globales de mercancías.

Así, cuando se habla de una convención de mercado es porque no existen dudas en la calidad del producto y las diferencias de precio se explican por la diversificación de calidad. Cuando estas no se pueden traducir en precio, entonces aparecen las convenciones domésticas (las

relaciones de largo plazo, así como las marcas resuelven las dudas de calidad)³, industriales (la calidad se determina por medio de normas o estándares evaluadas por un tercero) y cívicas (el compromiso por el bienestar colectivo, el beneficio social o ambiental son aspectos en esta forma de coordinación)⁴. Dicho trabajo encontró que las definiciones de calidad son fundamentales para entender la manera en la que las empresas líderes organizan la división internacional del trabajo y cómo fijan barreras a la entrada.

En un trabajo posterior, Ponte (2009: 243-244) incluye dos tipos de convenciones adicionales en su estudio de las cadenas del vino de Sudáfrica: las convenciones inspiracionales y las convenciones de opinión. Las primeras se basan en aspectos relacionados con la creación, innovación, visión, unicidad y otros elementos que podrían considerarse “artísticos” o artesanales. Las segundas descansan en el juicio de especialistas, no necesariamente basándose en aspectos técnicos, sino en sus propias experiencias independientes de los intereses de empresas particulares o de la industria en su conjunto.

Este tipo de convenciones establece diferentes formas de cooperación entre los actores en una cadena, aunque hay que aclarar que no son excluyentes y que varias de ellas pueden estar presentes simultáneamente para definir la calidad de un bien. Este es el caso del vino de Sudáfrica, el cual según su categoría (vinos de alta, media y baja calidad) se ven identificados con diferentes convenciones, siendo más importante la industrial y mercado cuando son de baja calidad y las de opinión cuando son de alta calidad. Igualmente cuando es de baja calidad, las posibilidades de mejora de los productores son más limitadas y la cadena tiene un mayor nivel

³ Las cuales pueden ser domésticas estrictas o propietarias, donde las primeras se refieren a las convenciones basadas en la reputación de las regiones o las familias productoras y las segundas a las marcas industriales.

⁴ Estas formas de relación están basados en los mundos ideales propuestos por Boltansky y Thévenot (1991) que distinguen entre diferentes formas de filosofía moral (Ponte, 2009: 239). Adicionalmente a los mundos detrás de las formas de relación mencionadas – mercado, doméstico, cívico e industrial – existen otras dos mundos ideales, el inspiracional, que descansa sobre el principio de un mundo sin exclusiones y el basado en opinión, el cual sostiene que los objetos y sujetos se evalúan a partir de las opiniones del resto.

de control por parte de las empresas líderes, en este caso los supermercados. Cuando la calidad es mediana, el nivel de control disminuye y los productores obtienen mejores ingresos. Pero cuando el nivel es alto no necesariamente significa la mejor opción, pues está sujeta a otro tipo de gobernanza externa que puede representar más riesgo, como es la de opinión, aunque si se ve reflejado en mejores ingresos (Ponte, 2009: 252-253).

Profundizando en la teoría de las convenciones para entender su relación con el enfoque teórico de la gobernanza debe mencionarse que el punto central de dicha propuesta es analizar el comportamiento de los individuos en situaciones de incertidumbre bajo la hipótesis de racionalidad limitada y entender cómo son capaces de coordinarse bajo esos supuestos (Dupuy, 1989). En este sentido, un acuerdo es una solución al problema de coordinación y si se repite con regularidad por los actores, entonces se convierte en una regla de conducta que tiene su origen en las interacciones sociales. El planteamiento de la economía o teoría de las convenciones es que son los individuos, y no entidades supra-individuales, los que interactúan y deben coordinarse bajo intenciones colectivas, reconociendo sus propias leyes. Las instituciones, en este sentido, son entendidas como árbitros que supervisan las reglas del juego y establecen las nuevas formas de coordinación. Sirven y benefician al sistema porque corrigen fallas de coordinación y reproducción entre los actores (Bessy y Favereau, 2003: 121).

Eymard-Duvernay (1992), uno de los propulsores de la teoría de las convenciones que aparece dentro de la economía heterodoxa en Francia, desarrolla todo un planteamiento acerca de dicha teoría. Comienza explicando el aporte del enfoque de las convenciones a la teoría económica en donde define que las reglas son instrumentos que incrementan la capacidad de acción de los individuos, además de ser acuerdos de cooperación, mientras que las convenciones son *todas las formas colectivas que aseguran la compatibilidad entre acciones individuales*, por ejemplo, una calificación o estándar para un producto permitirá la

compatibilidad con otro. Este enfoque está a favor de resolver problemas o conflictos en las empresas a partir de la coordinación para reparar fallas, en lugar de la rigidez en los procesos o sistemas (Eymard-Duvernay , 1992:13-21).

La calidad, tanto de los bienes como los servicios incluyendo el trabajo, se considera un dato endógeno y se basa en una convención, misma que por definición, es creada a partir de acciones individuales. Existen agentes que ajustan la calidad de los bienes y se llaman intermediarios. Entonces, para que una transacción se realice bien, se debe tomar en cuenta tanto el precio como la calidad del bien por lo que es necesario introducir el concepto de convenciones de calidad cuyo papel es ponerse de acuerdo sobre la calidad de los productos y los servicios (Eymard-Duvernay,1992:27-28). Sin embargo, este proceso es complejo porque dentro de la Economía hay convenciones desde nivel de generalidad muy elevado hasta niveles muy específicos para transacciones particulares.

Las convenciones de calidad son negociaciones o acuerdos sobre las calidades de los productos. A partir de ello, Eymard (1992:43-45) incluye “las economías de la grandeza” de Boltanski y Thévenot (1991) y construye 6 ciudades utópicas sobre las bases de la economía política de las que luego surgen seis formas de convenciones que permiten establecer órdenes diferentes entre las personas y son los que interesan respecto a la propuesta de Gibbon y Ponte (2005) en cuanto a la gobernanza por normatividad. Se describe cada convención de acuerdo a la grandeza de una persona que se define mediante principios universales reconocidos para establecer acuerdos (Eymard, 1992:41).

De acuerdo a la convención doméstica, la grandeza de una persona estará vinculada a la pertenencia a una tradición, la calidad dependerá de su influencia sobre otras personas como en el caso de la familia. En la convención de reputación, la calidad se mide sobre el valor de

opinión; mientras que la cívica está relacionada con la representatividad de una persona, como es el caso de las elecciones; la convención mercantil se refiere al valor de mercado y la industrial a la eficiencia productiva. La sexta convención es la inspiracional y se califica de acuerdo a la creatividad, lo que la hace diferente a las otras convenciones porque no está ligada ni a la antigüedad, ni al valor de opinión. (Eymard, 1992:46). Cada una de estas convenciones se distinguen en diferentes ámbitos como el doméstico, industrial o mercantil, de forma tal que las personas pueden ser miembros de varias ciudades y llevar acabo distintas convenciones.

La racionalidad limitada se refiere al hecho de que las personas no están constantemente en un estado general sino que cambian en el tiempo, por motivos de salud, preocupación o ausencia. Eymard (1992) propone bajo la teoría de las convenciones, que se hagan análisis comparativos de las formas de coordinación, en donde surge la posibilidad de agrupar a las empresas de acuerdo a su forma de coordinación dominante (1992:103).

Es así como llegamos al punto en el que Gibbon y Ponte (2005) desarrollan su análisis con base en Eymard-Duvernay (1992). En efecto hay reglas y normas supervisadas por instituciones que garantizan que el producto o servicio cumple con los requisitos acordados bajo ciertas convenciones. Cuando la cadena global de valor es normada o dirigida por este tipo de reglas entonces la gobernanza es por normalización y la ejerce aquel que dicta dichas normas.

A partir de estas tres formas de ver la gobernanza y por tanto, la evolución de las cadenas globales de valor, se pretende analizar la cadena de café tanto tradicional como alternativa en las tres diferentes etapas teórico-metodológicas.

EVOLUCIÓN DE LA CADENA GLOBAL DE CAFÉ DE ACUERDO CON LOS

ENFOQUES DE CGV

LA CADENA GLOBAL DE CAFÉ Y LA GOBERNANZA COMO CONTROL

En otros trabajos presentados anteriormente se ha demostrado que las cadenas de café tienen los mismos rasgos que las cadenas agroalimentarias en cuanto a las relaciones económicas que hay entre los actores aunque, como se verá más adelante, tienen sus propias peculiaridades (AMECIDER: 2010, 2011).

Uno de los principales resultados arrojados de acuerdo al análisis de las relaciones de poder económico con base en la metodología de gobernanza por dominio, es el evidente control del encadenamiento por parte de las corporaciones trasnacionales que fungen como procesadores-torrefactores y que económicamente pertenecen al sector del consumo intermedio. Diversos autores coinciden incluso en las marcas dirigentes del mercado como Nestlé, Sara Lee, Kraft Foods, y Procter and Gamble (Mendoza, 2000; Talbot, 2004; Pelupessy, 2007; Nielson y otros, 2007 y Pérez Akaki, 2010; Jiménez, 2011). Dichos investigadores concluyen que la cadena es dirigida, actualmente, por el importador.

Tal como lo plantea Ponte (2002:1112) bajo la misma metodología para analizar el caso específico del café, tras la liberalización se inició un proceso de dominancia por los torrefactores sobre los comercializadores internacionales, lo que se asemeja a un tipo de gobernanza guiada por los compradores. En este sentido, Muradian y Pelupessy (2005) argumentan que en ambos tipos de cadena, tanto la dirigida por el comprador como la dirigida por el productor, el control lo tienen las corporaciones trasnacionales (Muradian y Pelupessy, 2005: 2030). Esto sale a colación porque antes de la liberalización del mercado y la ruptura en las instituciones

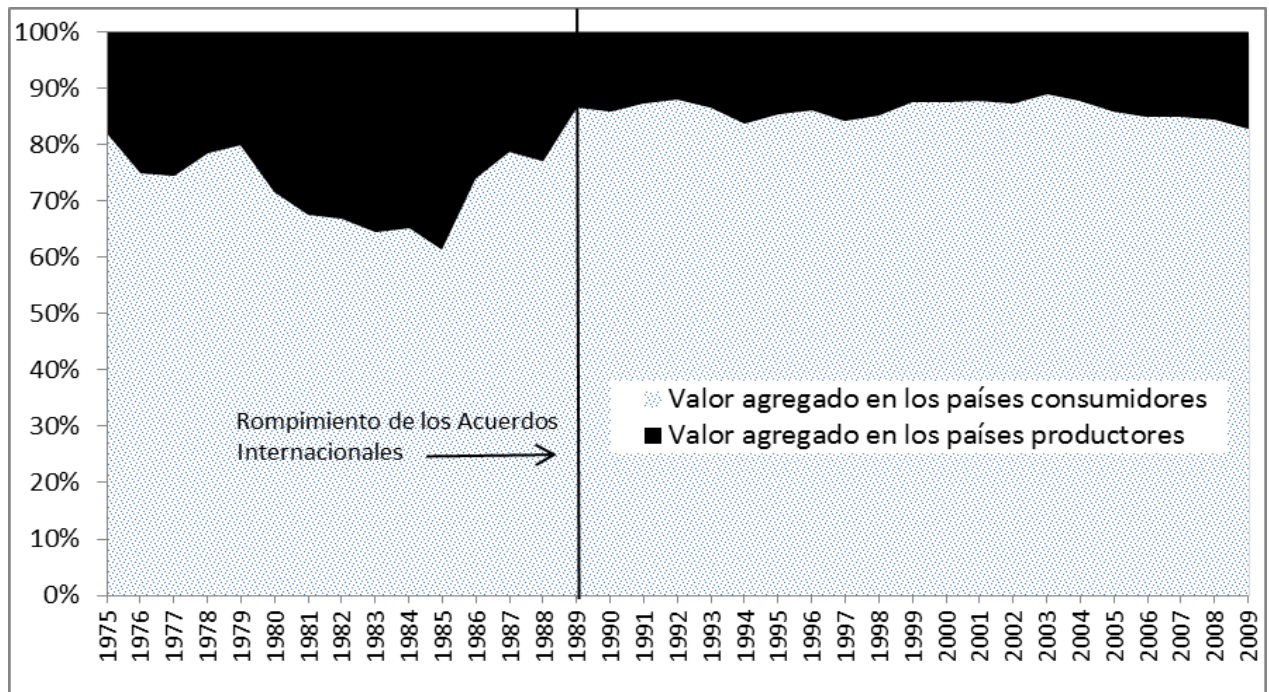
cafetaleras, específicamente la Organización Internacional de Café como reguladora del precio, la cadena era dirigida por el productor (Pérez Akaki, 2010; Jaffee, 2012).

El aumento en la gobernanza guiada por los compradores se manifiesta en la proporción del valor agregado que es capaz de capturarse en los países consumidores, el cual ha ido en aumento a partir de la liberalización de los mercados mundiales del grano, como se ilustra en la Figura 2. Estos resultados son extensiones de las mediciones realizadas por Talbot (1997), Fitter y Kaplinsky (2001) y Pérez Akaki y Echánove (2006).

LA CADENA GLOBAL DE CAFÉ Y LA GOBERNANZA COMO COORDINACIÓN

Muradian y Pelupessy (2005) analizaron el caso de las cadenas globales de café bajo el enfoque de la gobernanza como coordinación, utilizando como ejes de su análisis la complejidad de la información, la capacidad de traducir esa complejidad en códigos que se puedan transferir y la especificidad de la información, entendida esta última como medida en la que una información es particular a la relación entre un par de actores en la cadena. Ello conlleva diferentes formas de coordinación entre los actores – mercado, débil, fuerte e integrada – la cual no necesariamente es función directa de la asimetría de poder entre los actores de la cadena, sino que debe considerarse también el grado de especificidad de los estándares, así como la relación de dependencia entre los participantes.

Figura 2. Distribución de ganancias en la cadena global de café, 1975-2009



Fuente: Elaboración propia con base en Pérez akaki, 2010; FAO, 2011; ICO, 2011

Particularmente en el caso de los sistemas alternativos para el café, reconocieron que su aparición representa una mayor coordinación, pues hay de por medio información ajena al mercado importante que los distingue del sistema tradicional. Sin embargo, también es claro que la aparición de los sistemas certificación por tercera parte (*third party certification*) significa una mayor habilidad para codificar dicha complejidad, lo cual representa una menor coordinación.

En su trabajo, los autores reconocieron que los sistemas de certificación de Starbucks, el Rainforest Alliance, el código SAI, Utz Kapeh, y 4C se identifican en un nivel de buenas prácticas en cuanto a su dificultad para cumplirlos, que implica menor dificultad para poder obtenerlos, pues implica el cumplimiento de un mínimo estándar en relación al conjunto de

sistemas alternativos. Por el contrario el comercio justo, el orgánico y el amistoso con las aves se identifican con un mayor grado de dificultad.

Sin embargo la rigidez en la certificación no está relacionada con la coordinación necesaria en la cadena, pues identificaron a Starbucks y comercio justo como aquellos sistemas donde la coordinación es mayor, dados los estándares adicionales que se exigen en ellos, así como en la asimetría de poder entre los industriales y los productores que en ambos casos es alta. En el caso de Starbucks porque se trata de un sistema totalmente integrado verticalmente, mientras que en el caso del comercio justo, la fuerte coordinación se da por el lado de las relaciones de largo plazo y por el excedente de oferta respecto a la demanda en este tipo de grano.

LA CADENA GLOBAL DE CAFÉ Y LA GOBERNANZA COMO NORMALIZACIÓN

En el aspecto normativo se encontró que la calidad certificada, así como la existencia de estándares, normas y reglas, tanto públicos como privados, tienen un lugar fundamental en los estudios de encadenamientos de café (Jaffe, 2012; Pelupessy y Diaz, 2008; Nilson y Pritchard, 2007; Muradian y Pelupessy; 2005; Pérez Akaki, 2010 y Jiménez Porrás, 2011). De hecho, de estos indicadores depende la comercialización del grano y la entrada de los productores a las cadenas globales de valor del café. El precio, la ganancia, los costos de producción y las ventas se derivan del cumplimiento de dichas reglas y de la evaluación certificada de la calidad.

La implementación de estándares y reglas así como la exigencia de calidad tanto en el proceso de producción como en la transformación y el consumo en taza, han determinado el comportamiento de los agentes tanto dentro como fuera de la cadena. Cabe mencionar que, igual que en otro tipo de bienes pero marcadamente en el caso del café, hay varios tipos de cadenas; aquellas de café tradicional y aquellas que son consideradas como alternativas.

Justamente, una de las principales diferencias entre una y otra se da a partir de las diferentes certificaciones.

Se considera cadena tradicional de café aquella cuyos procesos se hacen como se han hecho siempre, es aquella que entra al mercado y compite con base en precios y calidad del producto pero sin preocuparse por aspectos ambientales, sociales o morales (justos). Nótese que este tipo de cadena sí comprende la calidad y lo hace no solo en taza a la hora de probarlo, sino desde el tipo de grano, la transformación y hasta el empaquetado.

A diferencia de la anterior, las cadenas alternativas de café surgen como aquellas cuyos procesos se realizan bajo reglas, normas y estándares creados por la preocupación por el ecosistema, medio ambiente, conservación y preservación natural, condiciones laborales de los jornaleros y productores, así como justicia social. En teoría, son aquellas que no entran al juego del mercado común ya que no compiten en precio, sino que están dirigidas hacia nichos específicos. Dentro de estas cadenas alternativas existen varias formas que han surgido de acuerdo a diversas preocupaciones de los consumidores. Las más destacadas por su comercialización son la cadena alternativa de café orgánico, café de sombra ó amistoso con las aves, comercio justo o café responsable, café de *Rainforest Alliance*, *UTZ Café* y Código Común para la Comunidad Cafetalera 4C, entre otros.

En términos de convenciones, el café tradicional, normalmente está basado en marcas, lo que sugiere un tipo de convención doméstica propietaria. En el caso del café alternativo, otros elementos entran en juego, pues un sector importante busca cafés de origen, lo que remite a las convenciones estrictamente propietarias. En el caso tanto del comercio justo como del orgánico, dado su importante componente social y moral para el primero y ambiental para el segundo, remitiría a una convención cívica. Sin embargo la estandarización de los procesos y la

adopción de métodos de valoración objetivos, técnicos, por terceras instancias, representaría una presencia de convenciones industriales y, cuando participan grandes minoristas en la distribución del grano, se tendrían convenciones tipo mercado (Gibbon y Ponte, 2005: 14).

Como se ha podido observar, las tres formas de entender la gobernanza –dominio, coordinación, normatividad - aparecen en el análisis ya sea de manera explícita o mediante los indicadores respectivos de manera implícita, como es el caso de la coordinación y la normatividad. En lo referente a la gobernanza por dominio se presenta de manera más clara debido a que es la primera propuesta y por tanto la más estudiada. Respecto a la coordinación, se manifiesta mediante la presencia de indicadores como el tipo de contratos entre empresas, mientras que la normatividad se observa a través de la existencia de indicadores de calidad así como normas y estándares ya sea públicos o privados.

En esta investigación nos hemos venido preguntando dos cuestiones de diferente índole. En primer lugar, nos preguntamos si es posible hacer un estudio sobre las cadenas globales de valor considerando las tres acepciones de gobernanza planteadas por Gereffi y otros (1994, 2005), añadiendo la teoría de las convenciones en la parte de la normatividad y, en segundo término, si hay o no una convergencia entre cadenas globales de café tradicionales con las alternativas.

Los avances que hemos desarrollado demuestran que es posible complementar el estudio de cadenas globales de valor bajo el concepto de gobernanza como control o dominio, coordinación y normalización. Esta propuesta nos permitirá evaluar si hay o no convergencia en cadenas tradicionales y alternativas de café, resultados que se presentarán como investigación terminada en el futuro.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA GOBERNANZA POR DOMINIO, COORDINACIÓN Y NORMALIZACIÓN DE LOS ENCADENAMIENTOS AGROALIMENTARIOS DE CAFÉ

Una vez finalizada la revisión empírica de cadenas industriales, agroalimentarias y de café se proponen tres niveles de análisis de la gobernanza que se consideran complementos más que contrarios. En primer lugar la CGV se analiza bajo el dominio de la cadena, por el comprador o productor. Luego se analiza el tipo de coordinación entre los diferentes segmentos de la cadena, hacia afuera y hacia adentro de ella. Para terminar, se incluye el estudio de la normatividad que se refiere al conjunto de normas, reglas y estándares calificados por instituciones ajenas a la cadena pero cuya decisión es primordial para que algún agente, en general productores, participe o no a la comercialización en la cadena.

Dado que el objeto de estudio de este trabajo son las cadenas de comercialización de café en sus versiones tradicional y alternativa, se analizará desde la producción, transformación y la comercialización, hasta el consumo en taza del grano. Las dimensiones, categorías o variables e indicadores que se utilizarán en esta tesis para determinar la gobernanza en las cadenas globales de café tradicional y alternativo se muestran en el Cuadro 2 y están basadas tanto en el marco teórico revisado como en las metodologías empíricas realizadas por diversos autores.

El Cuadro 2 muestra las dimensiones bajo las cuales se analizará la cadena agroalimentaria de café tradicional y cada una de las cadenas de café alternativas. Las primeras cuatro son la propuesta establecida por Gereffi en 1994 y posteriormente en 2005. Para cada una de ellas se incluyen categorías o variables que a su vez se desglosan en indicadores puntuales y son los que permitirán definir qué tipo de cadena es la del café, cómo se comporta y qué la determina.

La dimensión de entrada-salida permite observar cómo está compuesta la cadena, cuáles son las características del producto exportado, la distribución de ingresos y la estructura desde la producción hasta el consumo del grano. La geografía económica analiza las características socioeconómicas de los productores y consumidores, además de localizar la producción, consumo y exportaciones a nivel mundial. El marco institucional sitúa el contexto histórico hasta llegar a la actualidad y describe las diferentes calidades del café. La cuarta dimensión es la gobernanza y determina si la cadena es dirigida por el comprador o productor.

Cuadro 2. Propuesta de parámetros para la evaluación del comportamiento de las CGV de café tradicional y alternativo

Dimensión	Categoría o Variable	Indicadores
Entrada y salida	Características del producto exportado	Exportaciones mundiales de café Exportaciones mundiales de café verde, extracto de café y café tostado Precio final en países consumidores-importadores Valor unitario de importaciones de café verde
	Distribución de ingresos a lo largo de la cadena	Valor agregado en la cadena global de café en países consumidores-importadores Precio obtenido por el productor Costos de transporte Costos de almacenaje
	Estructura de la CGV	Definición de participantes en cada eslabón Ubicación de países participantes (productores y consumidores) en cada eslabón
Geografía Económica	Estructura geo-económica de la producción	Producción de café a nivel mundial Características socioeconómicas de los productores de café (tipo de propiedad, lugar de la producción, estrato de marginación, índice de desarrollo humano)
	Geografía de la exportación	Países exportadores finales Destinos de exportación de café a nivel mundial
	Estructura geo-económica del consumo	Consumo de café a nivel mundial Países consumidores de producto final
Marco institucional	Contexto histórico internacional	la producción de café de 1960 a la fecha
	Calidad	Tipos de café por país productor Calificación de calidades de café (gradaciones de acuerdo a clase y defectos u origen del grano) Especie, variedad, zona de cultivo, calidad del suelo y prácticas de cultivo
Gobernanza	Cadenas dirigidas por el comprador o cadenas dirigidas por el productor	Tipo de estructura: vertical u horizontal Tipo de capital: industrial o comercial Área de competencia: investigación y desarrollo o diseño, publicidad y marca Tipo de barreras a la entrada: economías de escala o de alcance Tipo de propiedad de la empresa: corporaciones transnacionales o empresas locales independientes Vínculos principales en la red: basados en la inversión o basados en el comercio
		Normalización-convención
Coordinación	Mercado	Complejidad en las transacciones (alta o baja)
	Modular	Codificación de transacciones (alta o baja)
	Relacional	Capacidades de los proveedores (alta o baja)
	Cautiva Jerárquica	

Fuente: Elaboración propia con base en Pérez Akaki (2010), Gereffi (1994 y 2005), Ponte y Gibbon (2005).

Las siguientes dos dimensiones son las propuestas nuevas que se presentan como avance de los estudios revisados anteriormente. La normalización se entiende como el conjunto de normas, reglas y estándares que determinan el comportamiento de la cadena global de valor de acuerdo a ciertas instituciones y/o ciertas convenciones. Por su parte, la coordinación es la forma en que se organizan los eslabones de la cadena.

En conjunto, esta propuesta es todo lo que se obtuvo a partir de las diferentes propuestas ya realizadas respecto a encadenamientos productos y la innovación consiste en conjuntar los elementos para obtener una situación real de la cadena de café tanto tradicional como alternativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Bair, J.** (2009). Global Commodity Chain: Genealogy and Review. En J. Bair, *Frontiers of Commodity Chain Research* (págs. 1-34). Estados Unidos: Stanford.
- Bair, J., & Gereffi, G.** (2002). NAFTA and the Apparel commodity Chain: Corporate Strategies, Interfirm Networks, and Industrial Upgrading. En D. Spener, G. Gereffi, & J. Bair, *Free Trade and Uneven Development* (págs. 23-50). Estados Unidos: Temple.
- Bessy, C., & Fevereau, O.** (2003/1). Institutions et économie des conventions. *Cahiers d'économie politique*(44), 119-164.
- Bitzer, V., Francken, M., & Glasbergen, P.** (2008). Intersectoral partnerships for a sustainable coffee chain: Really addressing sustainability or just picking (coffee) cherries? *Elsevier*, 271-284.
- Boltanski, L., & Thévenot, L.** (1991). *Les économies de la grandeur*. París, Francia.
- Capello, R.** (2007). *Regional Economics*. Estados Unidos y Canadá: Routledge.
- Cattaneo, O., Gereffi, G., & Staritz, C.** (2010). *Global Value Chains in a Postcrisis World. A development perspective*. Washington D.C.: The World Bank.
- Chaddad, F., & Rodríguez-Alcalá, M.** (2010). Inter-organizational relationships in Agrifood Systems: a transaction cost economics approach. En M. Hartmann, & C. Fischer, *Agri-food Chain Relationships* (pág. 289). United Kingdom: Antony Rowe.
- Cuadrado Roura, J.** (2007). Políticas sobre economía regional. 11-44.
- Díaz Cárdenas, S., & Licona Vargas, A.** (2011). Redes de pequeños productores de café en México: alternativa de participación en los mercados. En C. Romero Padilla, *Avances recientes en investigaciones de cadenas de América Latina* (págs. 143-176). Cochabamba, Bolivia: Universidad mayor de San Simón.
- Dolan, C., & Humphrey, J.** (2004). Changing governig patterns in the trade in fresh vegetables between Africa and the United Kingdom. *Environment and Planning*, 36, 491-509.
- Dupuy, J., Eymard-Duvernay, F., Favereau, O., Salais, R., & Thévenot, L.** (1989). Economie des conventions. *Revue économique*, 40(2).

- Dyck, J., & Ito, K.** (2004). Japan's Fruit and Vegetable Market. En S. Wu Hang, *Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables* (págs. 64-76). United States: United States Department of Agriculture.
- Eymard-Duvernay, F.** (1992). *Economía de las Convenciones y su aplicación de las empresas y los mercados*. Buenos Aires, Argentina: PIETTE.
- Fernandez-Stark, K., Bamber, P., & Gereffi, G.** (2011). The Fruit and Vegetable Global Value Chain: Economic Upgrading and Workforce Development. En G. Gereffi, P. Psilos, & K. Fernandez Stark, *Skills for upgrading: workforce development and global value chains in developing countries* (págs. 13-74). United States: Duke University.
- Fischer, C., & Hartmann, M.** (2010). *Agrifood Chain Relationships*. United Kingdom: CABI.
- Fischer, C., & Reynolds, N.** (2010). Collaborative advantage, relational risks and sustainable relationships: a literature review and definition. En M. Hartmann, & M. Fischer, *Agrifood Chain Relationships*. United Kingdom: Antony Rowe.
- Fischer, C., Hartmann, M., Reynolds, N., & Leat, P.** (2010). Determinants of Sustainable agrifood chain relationships in Europe. En M. Hartmann, & C. Fisher, *Agrifood Chain Relationships*. United Kingdom: Antony Rowe.
- Fold, N.** (2001). Restructuring of the European chocolate industry and its impact on cocoa production in West Africa. *Journal of Economic Geography*(1(3)), 405-420.
- Fold, N.** (2002). Lead firms and competition in "bi-polar" commodity chains: Grinders and branders in the global cocoa-chocolate industry. *Journal of agrarian change*, 228-247.
- Food and Agriculture Organization.** (2010). *La seguridad alimentaria: objetivos, desafíos y opciones a nivel global, regional y nacional*. Conferencia, Food and Agriculture Organization (FAO), Dirección general, Santo Domingo, República Dominicana.
- Gehlhar, M., & Regmi, A.** (2005). Factors Shaping Global Food Markets. En A. Regmi, & M. Gehlhar, *New Directions in Global Food Markets* (págs. 5-17). United States: United States Department of Agriculture.

- Gereffi, G.** (1994). The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S Retailers shape Overseas Production Networks. En G. Gereffi, & M. Korzeniewicz, *Commodity Chains and Global Capitalism* (págs. 95-122). Estados Unidos: Praeger.
- Gereffi, G., & Lee, J.** (2009). *A Global value chain approach: to food safety and quality standards*. United States: Duke University.
- Gereffi, G., Korzeniewicz, M., & Korzeniewicz, R. P.** (1994). Introduction: Global Commodity Chains. En G. Gereffi, & M. Korzeniewicz, *Commodity Chains and Global Capitalism* (págs. 1-13). United States of America: Praeger.
- Gereffi, G., Sturgeon, T., & Humphrey, J.** (2005). *The Governance of global value chains* (Vol. 12). Estados Unidos: Routledge.
- Gibbon, P., & Ponte, S.** (2008). Global Value Chains: from Governance to Governmentality? 37(3), 365-392.
- Giuliani, E., Pietrobelli, C., & Rabelloitti, R.** (2005). *Upgrading in global value chains: Lessons from a American clusters*. World Development.
- Goldfrank, W.** (1994). Fresh Demand: The consumption of Chilean Produce in the United States. En G. Gereffi, *Commodity Chains and Global Capitalism* (págs. 267-279). Estados Unidos: Praeger.
- Hartmann, M., Froberg, K., & Fischer, C.** (2010). Building sustainable relationships in agri-food changes: challenges from farm to retail. En M. Hartmann, & C. Fischer, *Agri-food Chain Relationships* (pág. 289). United Kingdom: Antony Rowe.
- Hartmann, M., Hoffman, J., & Simons, J.** (2010). Behavioral Economics and the Theory of Social Structure: relevance for understanding inter-organizational relationships. En M. Hartmann, & C. Fischer, *Agri-food Chain Relationships* (pág. 289). United Kingdom: Antony Rowe.
- Hernández, R., Reardon, T., & Berdegué, J.** (2007). Supermarkets, wholesalers and tomato growers in Guatemala. *Agricultural Economics*, 281-290.

Hess, M. (2008). *Governance, value chains and networks: an afterword*. Inglaterra: Economy & Society.

Hobley, L., & Batt, P. (2010). How Buyer - Supplier Relationships can create value: the case of the Australian wine industry. En M. Hartmann, & C. Fischer, *Agrifood Chain Relationships*. United Kingdom: Antony Rowe.

Hopkins, T., & Wallerstein, I. (1994). Commodity Chains in the Capitalist World-Economy Prior to 1800. En G. Gereffi, & M. Korzeniewicz, *Commodity Chains and Global Capitalism* (págs. 17-50). Estados Unidos: Praeger.

Humphrey, J. (2005). *Shaping Value Chains for Development: Global Value Chains in Agribusiness*. United Kingdom: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit.

Humphrey, J. (2006). *Global Value chains in Agrifood Sector*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization.

Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*(36), 1017-1027.

Humphrey, J., & Schmitz, H. (s.f.). *Governance and upgrading in global value chains* (Vol. BNI 9RE).

Jafee, D. (February de 2012). Weak Coffee: Certification and Co-Optation in the Fair Trade Movement. *Social Problems*, 59(1), 94-116.

Jiménez Porrás, G. (2011). *Sustainable Upgrading of Smallholders in Global Agri-food Chains*.

Kaplinsky, R., Terheggen, A., & Tijaja, J. (2010). What Happens When the Market Shifts to China? The Gabon Timber and Thai Cassava Value Chains. En O. Cattaneo, G. Gereffi, & O. Staritz, *Global Value Chains in a postcrisis world* (págs. 303-334). Washington DC: The world bank.

Korzeniewicz, M. (1994). Commodity Chains and Marketing Strategies: Nike and the Global Athletic Footwear Industry. En G. Gereffi, *Commodity Chains and Global* (págs. 248-265). Estados Unidos: Praeger.

- Leat, P., Henchion, M., Albisu, L., & Fischer, C.** (2010). Trust and Relationships in Selected European Agri-food Chains. En M. Hartmann, & C. Fischer, *Agri-food Chain Relationships*. United Kingdom: Antony Rowe.
- Mendoza, R.** (2000). The hierarchical legacy in coffee commodity chains. En R. Ruerd, & J. Bastiaensen, *Rural Development in Central America* (págs. 58-76). Great Britain: Antony Rowe.
- Milczarek-Andrzejewska, D., Malak-Rawlikowska, A., Fałkowski, J., & Wilkin, J.** (2008). Restructuring process at farm level: Evidence from dairy sector in Poland. *Microreport module 3*.
- Minten, B., Randrianarison, L., & Swinnen, J.** (2009). Global retail chains and poor farmers: Evidence from Madagascar. *World Development*.
- Miyata, S., Minot, N., & Hu, D.** (2009). Impact of contract farming on income: Linking small farmers, packers, and supermarkets in China. *World Development*.
- Muradian, R., & Pelupessy, W.** (2005). Governing the Coffee Chain: The Role of Voluntary Regulatory Systems. *World Development, Elsevier*, 33(12), 2029-2044.
- Nielson, J., & Pritchard, B.** (2007). Green Coffee? The contradictions of global sustainability initiatives from an indian perspective. *Development Policy Review*, 25(3), 311-331.
- Pelizzon, S.** (1994). The grain flavor commodity chain, 1590-1790. En G. Gereffi, & M. Korzeniewicz, *Commodity Chains and global capitalism* (págs. 34-47). United states of America-London: Praeger.
- Pelupessy, W.** (2007). The world behind the world coffee market. *Etudes rurales*, 2(180), 187-212.
- Pelupessy, W., & Díaz, R.** (2008). Upgrading of lowland coffee in Central America. *Agribusiness*, 24, 119-140.
- Pelupessy, W., & Van Kempen, L.** (November de 2005). The impact of increased consumer-orientation in Global agri-food chains on smallholders in developing countries. *Competition and Change*, 1(4), 357-381.

- Pérez Akaki, P.** (2009). Los espacios de producción de café sustentable en México en los inicios del siglo XXI. *Pueblos y Fronteras Digital*, 4(7), 116-156.
- Pérez Akaki, P.** (2010). *Cadenas Globales de Mercancías*. México: Instituto de Geografía.
- Pérez Akaki, P.** (2010). *Los pequeños productores de café de la región otomí tepehua*. México: UNAM FES Acatlán.
- Pérez Akaki, P., & Echánove Huacuja, F.** (2006). Cadenas globales y café en México. *Cuadernos geográficos*(171), 69-86.
- Pérez Akaki, P., & Pérez Tapia, M.** (2011). Las Denominaciones de Origen de café en México, ¿posibilidades para el desarrollo regional? *Geocalli*(21, 22 y 23), 1-61.
- Ponte, S.** (2000). The latte revolution? Regulation, markets and consumption in the global. *World Development*, 1(14), 15-34.
- Quintana Romero, L., Isaac Egurrola, J., & Nandayapa Hernández, C.** (2004). *Industria, Encadenamientos y vaciamiento productivo regional: el caso industrial de desarrollo de la Ciudad de México, 1988-2003*. México.
- Reardon, T., Barrett, C., Berdegúe, J., & Swinnen, J.** (2009). Agrifood Industry Transformation and Small Farmers in Developing Countries. *World Development*, 37(11), 1717-1727.
- Reardon, T., Timmer, P., & Berdegúe, J.** (2005). Supermarket expansion in Latinamerica and Asia. Implications for food marketing systems. En A. Regmi, & M. Gehlar, *New Directions in Global food markets* (págs. 47-61). United States of America: United States Department of Agriculture.
- Ruerd, R., Slingerland, M., & Nijhoff, H.** (2004). Agro-food chains and networks for development. En R. Ruerd, *Towards sustainable international agro-foodchains and networks for development*. United Kingdom.

- Shields, D., & Wu Huang, S.** (2004). China's Fruit and Vegetable Trade. En S. Wu Hang, *Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables* (págs. 52-63). United States: United States Department of Agriculture.
- Stout, J., Wu Hang, S., Calvin, L., Lucier, G., Perez, A., & Pollack, S.** (2004). NAFTA Trade in Fruits and Vegetables. En S. Wu Hang, *Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables* (págs. 39-51). United States: United States Department of Agriculture.
- Stringer, R., Sang, N., & Croppenstedt, A.** (2009). Producers, processors, and procurement decisions: The case of vegetable supply chains in China. *World Development*.
- Sturgeon, T.** (2009). From Commodity Chains to Value Chains. En J. Bair, *Frontiers of Commodity Chain Research*. Estados Unidos: Stanford.
- Talbot, J. M.** (2009). The comparative advantages of tropical commodity chain analysis. En J. Bair, *Frontiers of Commodity Chain Research* (págs. 93-109). Stanford, California: Stanford University Press.
- Topik, S.** (2009). Historicizing commodity chains. En J. Bair, *Frontiers of commodity chain research* (pág. 37). California: Standford University Press.
- Velázquez Salazar, M., & Pérez Akaki, P.** (2011). Cadenas globales de valor en el sector agroalimentario, el caso del café en México. En AMECIDER, *El futuro del desarrollo regional sustentable. Territorio, Sociedad y Gobierno*. México: AMECIDER.
- Wallerstein, I.** (2009). Protection networks and Commodity Chains in the Capitalist World-Economy. En J. Bair, *Frontiers of Commodity Chain Research* (págs. 83-89). Estados Unidos: Standford.
- Wang, H., Dong, X., Rozelle, S., Huang, J., & Reardon, T.** (2009). Producing and procuring horticultural crops with Chinese characteristics: the case of northern China. *World Development*.
- Weersink, A., & Herath, D.** (2009). From plantations to smallholder production. The role of policy in the reorganization of the Sri Lankan tea sector. *World Development*.

Wu Huang, S. (2004). An Overview of Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables. En S. Wu Hang, *Global Trade Patterns in Fruits and Vegetables* (págs. 3-15). United States: United States Department of Agriculture.