

¿POR QUÉ LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE JITOMATE DE SAN PABLO GÜILÁ TRABAJAN DE MANERA INDIVIDUAL?

Luis **Mendoza-Ramírez***, Marco A. **Espinosa-Trujillo**, Evelyn **López-Cruz**

NovaUniversitas, SUNEI. Carretera a Puerto Ángel km. 34.5; Ocotlán de Morelos, Oax. México, 71513.

*Autor de correspondencia: coatlihuc@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue identificar los motivos intrínsecos que guían el comportamiento de los pequeños productores en relación con su resistencia a ser parte de alguna organización. El jitomate (*Solanum lycopersicum L.*) es el segundo producto agropecuario de mayor exportación de México, con presencia en 291 de los 570 municipios del estado de Oaxaca. Particularmente, en San Pablo Güilá existen 42.8 ha de invernaderos con jitomate para exportación; de esta superficie; 52% pertenece a 27 productores organizados en una cooperativa mientras que 48% restante es propiedad de 153 productores que trabajan independientemente. La investigación se llevó a cabo desde un enfoque cualitativo, con alcance exploratorio y descriptivo. La técnica utilizada fue la encuesta, adaptando el Cuestionario a la Descripción de Valores de Schwartz y se aplicó a productores que trabajan individualmente. Se encontró que los valores Tradición, Conformidad y Poder, son altos; Logro, Estimulación, Autodirección y Benevolencia son bajos; y Seguridad, Hedonismo y Universalismo son muy bajos. Se concluye que los agricultores tienen una orientación individualista enfocada en el éxito personal logrado por habilidades propias; así como en el control y en el dominio sobre personas y recursos.

Palabras clave: Individualismo, Valores, Jitomate, Agricultores, Invernadero, Trabajo colectivo.

INTRODUCCIÓN

La aportación del Producto Interno Bruto agropecuario de México ha sido poco significativa (entre 3.1 y 3.4 %) en los últimos 10 años (INEGI, 2019), pero las actividades primarias continúan siendo importantes; por ejemplo, en 2015 representaron 11.8% de la población ocupada en el país, lo que se tradujo en 4.9 millones de agricultores, ganaderos, silvicultores y pescadores (INEGI, 2016). En particular, las hortalizas son de los principales cultivos, contribuyeron con 18.2% del valor de la producción del año agrícola 2017 que fue de 587,200 millones de pesos (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], 2018).

Las hortalizas se pueden clasificar de acuerdo con la parte de la planta que se consume, tal es el caso de las hortalizas de frutos como el pepino (*Cucumis sativus L.*), la berenjena (*Solanum melongena L.*) o el jitomate (*Solanum lycopersicum L.*). Este último, es el segundo producto hortícola de exportación después del aguacate (Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios [ASERCA], 2018), su cultivo tiene presencia en todos los estados de la República Mexicana. En 2017, cerca de 50,225.83 ha fueron sembradas, de esta superficie, 56.1% se concentró en cinco entidades: Sinaloa (27.1%), San Luis Potosí (9.9%), Michoacán (7.3%), Jalisco (6.3%) y Zacatecas (5.6%) (SIAP, 2018). Es así como México exportó en 2017 cerca de 1.56 millones de toneladas de jitomate con un valor de 1,786.51 millones de dólares, siendo Estados Unidos su principal comprador (Secretaría de Economía [SE], 2018).

Citation: Mendoza-Ramírez L, Espinosa-Trujillo MA, López-Cruz E. 2022. ¿Por qué los pequeños productores de jitomate de San Pablo Güilá trabajan de manera individual? Agricultura, Sociedad y Desarrollo
<https://doi.org/10.22231/asyd.v19i1.1011>

ASyD 19(1): 30-46

Editor in Chief:
Dr. Benito Ramírez Valverde

Received: August 14, 2019.
Approved: January 26, 2021.

Estimated publication date:
August 05, 2022.

This work is licensed
under a Creative Commons
Attribution-Non-Commercial
4.0 International license.



Lo anterior, ofrece una perspectiva sobre la importancia y el impacto socioeconómico del cultivo de jitomate a escala nacional, cualidades que por extensión se observan también en el estado de Oaxaca. De los 570 municipios que lo conforman, en 291 se cultivó y produjo jitomate en condiciones protegidas y a cielo abierto, destacando como principales productores en la región de Valles Centrales, los municipios de Ejutla de Crespo con 9.7% y Santiago Matatlán con 8.8% de la producción total (SIAP, 2018). De acuerdo con información del Comisariado ejidal de San Pablo Güilá, agencia municipal de Santiago Matatlán, el cultivo de jitomate se realiza en 283 invernaderos que representan la principal fuente de ingresos no solo para los habitantes de la comunidad, sino también para los de las comunidades aledañas, ya que cada uno de ellos ofrecen entre 5 y 10 empleos.

Uno de los retos al que se enfrentan los productores es la relación que se establece entre ellos y los intermediarios, de quienes dependen para la comercialización. De acuerdo a la Encuesta Nacional Agropecuaria, de las 101,828 unidades de producción que existen en México, 51.1% comercializa su producto a través de intermediarios (INEGI, 2018). El problema surge por la ventaja que toma el intermediario en el proceso de negociación al ofrecer un precio por el producto sin considerar los costos de producción.

Con relación a la comercialización, existe una inequitativa distribución de los márgenes de comercialización, los canales de comercialización se caracterizan por tener un gran número de intermediarios y presentar ineficiencias (FIRA, 2018). Por lo general, el jitomate de Oaxaca se comercializa en el ámbito local, distribuyéndolo en pequeños nichos de mercado, en tiendas y principalmente en la central de abastos de la entidad, donde también concurren productores de otras entidades como Puebla y el Estado de México. En consecuencia, se presenta una saturación del mercado que genera una baja del precio del producto, que finalmente afecta el margen de ganancias propiciando el abandono del cultivo (Hruska, 2013; Bracamontes, 2017; Sánchez, 2007). Al respecto, una de las causas que propicia el abandono de las unidades de producción de tomate en invernaderos de los Valles Centrales de Oaxaca es la falta de certeza en la venta de su producto a un precio justo (Martínez-Gutiérrez, Díaz-Pichardo, Juárez-Luis, Ortiz-Hernández y López-Cruz, 2014).

Otro problema que incide en la difícil situación del sector de la agricultura es la desorganización entre los productores a causa de diversos factores entre los que encuentran la falta de conocimiento sobre los procesos organizativos, la falta de liderazgo e individualismo. Este último, resultado de la falta de una cultura cooperativista y de la desconfianza propiciada por experiencias negativas; lo que inhibe la disposición a unir esfuerzos y recursos para lograr el crecimiento de la actividad agrícola (Bracamontes, 2017; Hruska, 2013; Ferrando, 2015; Ruiz, 2010; Rodríguez y Ramírez, 2016). En un estudio realizado por Martínez-Gutiérrez *et al.* (2014), se encontró que el 19% de los invernaderos con tomate de los Valles Centrales de Oaxaca fueron abandonados debido; entre otras causas, a la falta de organización.

Según datos del Comisariado Ejidal de San Pablo Güilá, en ese lugar se dedican 42.8 ha de invernaderos para cultivar jitomate que son trabajadas por 180 agricultores; de ellos, solo 27 poseen en conjunto 52% de estos al estar organizados en una integradora denominada

LanYuu Kits. Los otros 153 trabajan de manera independiente, 48% restante de los invernaderos. *LanYuu Kits* ha logrado obtener apoyos a nivel estatal y federal, además de vender sus productos (tomate) en el mercado internacional, principalmente en Estados Unidos y Canadá (Columna informativa, 2016).

El asociativismo tiene múltiples beneficios frente al trabajo individual, tales como el acceso al financiamiento, abaratamiento de costos, acceso al asesoramiento técnico, mejores condiciones en la comercialización sin intermediarios que permiten un mayor control del precio del producto y el acceso a nuevos mercados (Garrido y Vidal, 2008; Rondot y Collion, 2001; Romero, 2009). Entonces, ¿por qué la mayoría (85%) de los productores de jitomate de San Pablo Güilá opta por trabajar individualmente, resistiéndose a formar parte de alguna organización y, en consecuencia, limitando el desarrollo de esa actividad económica?

Una cantidad de estudios que analizan la resistencia al trabajo colaborativo en el sector agropecuario señalan como sus principales causas al individualismo y la desconfianza. Aunque algunos otros apuntan al perfil sociodemográfico de los productores como el factor que incide en la falta de participación de estos en organizaciones. Rodríguez (2014) enfocado en identificar el grado de influencia del individualismo y la desconfianza en el trabajo asociativo de las cadenas productivas de agroexportación de tuna y cochinilla del Valle de Mantaro, Junín, en Perú, menciona en sus resultados que 16.5% de los productores analizados mostraron rasgos de individualismo, lo que sugiere que esa variable no influye negativamente en el trabajo asociativo; mientras que 46.4% de los productores mostraron desconfianza, indicando que este rasgo es el factor que influye negativamente en el trabajo asociativo.

En el mismo sentido, Cáceres, Pardo y Torres (2013) en un estudio sobre el comportamiento de las actividades agrícolas en función de la asociatividad y las cadenas productivas en Colombia, señalan que los pequeños productores están dispersos y no organizados para realizar sus actividades productivas y de comercialización debido a la desconfianza existente no solo entre ellos mismos, sino también hacia los agentes públicos y privados. Lo que provoca su falta de participación en actividades asociativas necesarias para la integración de cadenas productivas.

De manera similar, Narváez-Rodríguez (2014) en su investigación sobre los factores que influyen en la eficiencia y permanencia de las asociaciones en el sector agrícola colombiano, sugiere que la participación de los productores en una organización está dada por la confianza en el gobierno, así como en la gerencia de la empresa. De manera que la debilidad del Estado frente al narcotráfico y la presión de las elites rurales, así como su dependencia de las empresas multinacionales genera desconfianza en los productores para organizarse en asociaciones. Más aún, la desconfianza al interior de las asociaciones originada por el control de estas por parte de algunas familias (nepotismo), así como por la presencia de asociados gorriones (no cooperadores), inciden en la permanencia de las mismas.

La evidencia sobre la influencia negativa del individualismo en el trabajo colaborativo la proporcionan Rodríguez y Ramírez (2016) en su estudio realizado para identificar los factores relacionados con el logro de la sostenibilidad de los procesos de fortalecimiento de la asociatividad rural en Asomora, Colombia. Encontraron que el individualismo fue una

limitante en la sostenibilidad de dichos procesos. De acuerdo a sus hallazgos, conforme el proceso organizativo avanzaba los productores mostraban una menor participación en el mismo. Esto se evidenciaba por su poco involucramiento con las áreas administrativas y con la toma de decisiones; aunque también mostraban desconfianza entre ellos. En la misma línea, pero en relación con la efectividad del extensionismo rural, Landini (2016) identificó al individualismo, la desconfianza y la falta de asociaciones como los problemas fundamentales en el ámbito de los pequeños productores agropecuarios de América Latina. Tales aspectos, según el autor, limitan el trabajo de los extensionistas y en consecuencia el desarrollo de los agricultores.

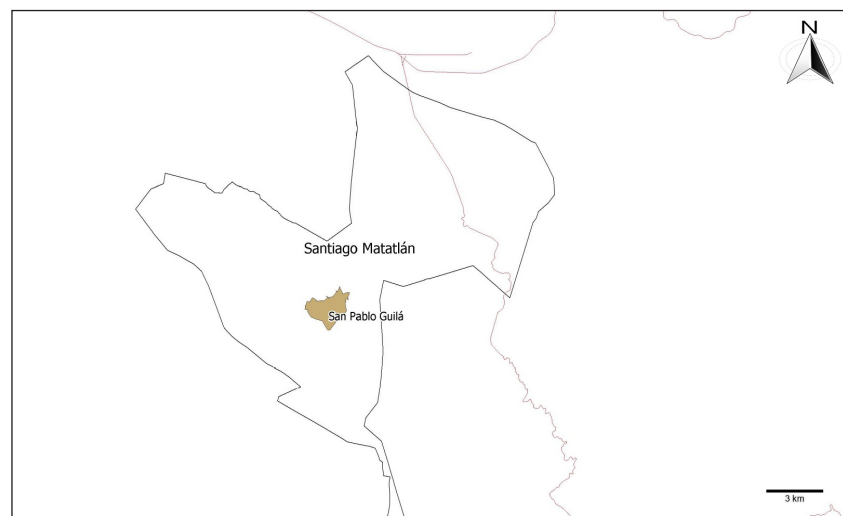
Esos resultados se replicaron cuando el autor realizó el análisis a nivel nacional. En el caso del Salvador, Landini (2015) reportó que entre los productores existen, entre otros problemas, principalmente el individualismo, la desconfianza y la falta de asociaciones. Estos se manifiestan como egoísmo y la falta de organización por parte de los productores, lo que dificulta el trabajo grupal necesario para el éxito de los proyectos de extensionismo. Lo mismo sucedió en el caso de Argentina, donde Landini (2013) halló entre los principales problemas presentes en los pequeños productores son el individualismo, la desconfianza y la falta de espíritu asociativo. Esto señala al propio productor como el problema fundamental para el desarrollo rural y el éxito de los proyectos de extensión, ya que tales problemas inciden en la dificultad para aumentar la producción y su posterior comercialización. Por otro lado, Salas (2017) sugiere que la asociatividad está influenciada por factores socio-demográficos. En una investigación realizada en el sector agropecuario peruano, ese autor señala que el sexo, el estado civil, la educación y el tamaño de la familia son factores que inciden en la participación de los agricultores en organizaciones de diferente tipo. Según sus hallazgos, el hombre es más propenso que la mujer a participar en asociaciones; además, el hecho de contar con una pareja, con una familia numerosa y con un nivel de educación alto, incide en que los productores participen en organizaciones sociales, productivas y de usuarios de agua para riego.

En general, la investigación que refiere al individualismo y la desconfianza como los obstáculos al trabajo asociativo se basa en estudios descriptivos basados en la disposición de los productores a trabajar en forma conjunta y ser parte de cadenas productivas, o en el comportamiento de los mismos en las organizaciones (individualismo); así como en su aportación a cadenas productivas y la disposición a aportar a ellas, o el grado de confianza que tienen en las asociaciones y en sus colegas (desconfianza). Más aun, varios de esos estudios se basan en la percepción de terceros en cuanto al comportamiento de los agricultores. Por lo anterior, el objetivo de este estudio fue identificar los motivos intrínsecos que guían el comportamiento de los pequeños productores de jitomate en invernadero de San Pablo Güila, Oaxaca, en relación con su resistencia a ser parte de alguna organización para trabajar de manera conjunta. Para ello se planteó la hipótesis: el individualismo y la desconfianza impiden que los productores de jitomate de San Pablo Güilá se organicen. Al respecto, Landini (2015) sugiere abordar el problema desde una perspectiva socio-cultural, este trabajo buscó profundizar en la conducta de los agricultores para lograr una mayor comprensión sobre sus rasgos intrínsecos que inciden en la resistencia a ser parte de una asociación.

METODOLOGÍA

El estudio se realizó en San Pablo Güilá, comunidad zapoteca localizada en la región Valles Centrales de Oaxaca (Figura 1); y se abordó bajo un enfoque cualitativo, con alcance exploratorio y descriptivo. El diseño de la investigación fue no experimental, de corte transversal. El método de recolección de datos fue una encuesta en la que se usó como instrumento un cuestionario estructurado aplicado mediante la técnica de entrevista cara a cara (Robles, 2011). La recolección de datos se llevó a cabo durante el mes de noviembre de 2018 y su análisis se hizo mediante estadística descriptiva con el software Excel 2013. La unidad de análisis fueron los productores de jitomate de San Pablo Güilá. Dado que el estudio se centró en identificar los motivos intrínsecos que guían a una parte de estos a no ser parte de alguna organización, se entrevistó a todos aquellos que trabajaban de manera independiente. Así, no fue necesario determinar una muestra, por lo que los individuos a entrevistar se seleccionaron directa e intencionadamente (Otzen y Manterola, 2017).

Los individuos analizados fueron 153 productores que trabajaban de manera independiente, los cuales tenían una edad promedio de 38 años. De ellos, 79% (121) eran hombres; se encontró que 95.4% (146) estaban casados y 4.6% (7) solteros. En cuanto al nivel de estudios, 5% (8) indicó no haber asistido a la escuela, 80% (122) solo tenía la primaria, 12% (18) la secundaria, y 3% (5) estudios de bachillerato. De los encuestados 25% (38) dijo haberse iniciado en el cultivo del jitomate siendo empleado de algún productor para luego establecer su propio invernadero mediante financiamiento; mientras que 75% (115) restante se inició en el negocio sin conocimiento previo sobre la actividad, invirtiendo sus recursos propios en la instalación de invernaderos, por lo que el aprendizaje sobre la misma lo había ido adquiriendo mediante ensayos de prueba y error.



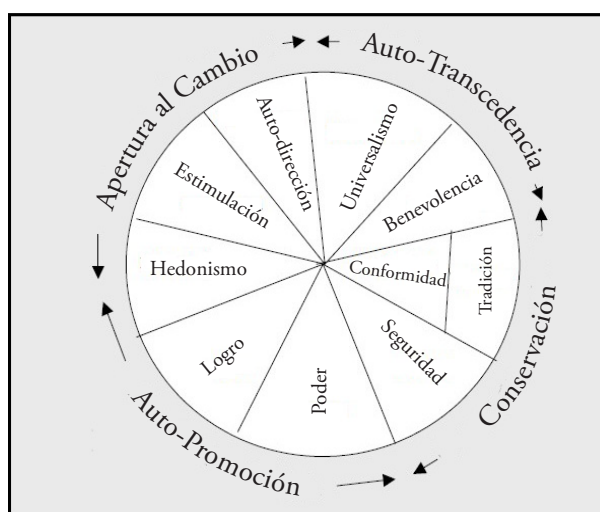
Fuente: INEGI (2021).

Figura 1. Localización de San Pablo Güilá.

Dado el objetivo de la investigación, el instrumento de colección de datos fue una adaptación de la escala de valores de Schwartz (2012), conocida como el Cuestionario de Descripción de Valores (PVQ, por sus siglas en inglés). El PVQ se compone de cuarenta enunciados cortos que describen metas, aspiraciones o deseos personales; los cuales señalan de manera implícita la importancia dada a diez valores –tradición, conformidad, seguridad, poder, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, universalismo y benevolencia–. Por ejemplo, “tener nuevas ideas y ser creativo/a es importante para él/ella. Le gusta hacer cosas a su manera” describe a una persona para quien los valores de auto-dirección son importantes (Schwartz, 2012).

Esos valores, aunque independientes entre sí, forman una continuidad organizada en una estructura circular donde todos se relacionan con los valores contiguos (Schwartz, 2012) (Figura 2). Así, entre más cercanos estén dos valores alrededor del círculo en cualquier dirección, mayor será la similitud entre sus motivaciones subyacentes (p.e., conformidad y seguridad); por el contrario, entre más distantes se encuentren, mayor será el antagonismo entre sus motivaciones (p.e. benevolencia y poder). Esto da lugar a una oposición entre los valores, manifestada en dos dimensiones bipolares que integran los cuatro objetivos generales –apertura al cambio, conservación, auto-promoción y auto-trascendencia– del modelo teórico de relaciones entre los diez tipos de valores motivacionales.

Una de ellas confronta los valores de “apertura al cambio” que resaltan la valoración a la propensión al riesgo, la novedad y la independencia de acción y decisión (auto-dirección y estimulación), contra los valores de “conservación” que enfatizan la importancia de la religión, las tradiciones, la amabilidad y el orden. La otra dimensión opone los valores encaminados a la “auto-promoción” que realzan la importancia del estatus económico y social (poder y logro), contra los valores cuyo objetivo es la “auto-trascendencia”, enfocados en



Fuente: Schwartz (2012).

Figura 2. Estructura teórica de las relaciones entre valores.

el perdón, la lealtad, igualdad y justicia (benevolencia y universalismo) (Schwartz, 2012). Las dos dimensiones contienen valores que dan indicios tanto del perfil individualista como colectivista y la mezcla de ambos en las personas. Como señalan Gómez y Martínez-Sánchez (2000), el individualismo se perfila a través de cinco valores: logro, poder, autodirección, estimulación y hedonismo; otros tres de ellos indican una conducta colectivista: conformidad, tradición y benevolencia; y los dos restantes apuntan a un perfil mixto: seguridad y universalismo.

La importancia de los valores se evaluó usando la escala del PVQ (1: me identifica mucho, a 6: me identifica en nada), en su versión recodificada en sentido contrario y con una escala de cinco puntos. Así, se pidió a los encuestados indicar en una escala de puntuación que iba de 1: me identifica en nada, a 5: me identifica mucho, el grado en que se parecían a la persona descrita en cada uno de los enunciados. Luego, cada valor fue calificado sumando las respuestas de sus ítems y dividiendo la suma entre el número de los mismos. Con las calificaciones de los valores se procedió a calcular la puntuación de los objetivos generales –auto-trascendencia, promoción personal, conservación y apertura al cambio– que conforman la estructura de valores motivacionales. Para tal fin, se sumaron las calificaciones de los valores que integraban cada objetivo y la suma se dividió entre el número de los mismos. El perfil individualista se obtuvo sumando la puntuación obtenida en los valores que lo determinan (poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección) para luego dividir el resultado entre cinco.

Debido a que los participantes en la encuesta fueron pequeños productores cuya lengua principal es el zapoteco, el cuestionario se tradujo a ese idioma. Por ello, se realizó una prueba piloto con el fin de verificar su correcta traducción y comprensión. Una vez confirmados esos aspectos se procedió al levantamiento de datos con personal bilingüe que aplicó el cuestionar.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primer lugar, se analizaron las respuestas de los encuestados para conocer qué tanto se identificaban o no, con cada uno de los diez valores que integran el modelo motivacional de Schwartz (2012) (**Cuadro 1**). En relación con Tradición, 77.8% de los encuestados consideraron que deben estar conformes con lo que tienen y no desear más de lo que poseen; por el contrario, 22.2% opinó que no se debe ser conformista, sino aspirar a mejorar en lo que a pertenencias se refiere. Además, 88.9% confirió gran importancia al cumplimiento de los preceptos religiosos, dada su firme creencia en que Dios es el creador y dador de todo lo que poseen; en cambio, 11.1% no dio importancia a las creencias religiosas, pues consideran que como seres humanos tienen el poder de decisión y de acción y, por tanto, todo lo que poseen lo han obtenido gracias a su trabajo.

Aunado a lo anterior, 87.6% de los entrevistados mostró un perfil tradicionalista, por lo que prefiere realizar su trabajo conforme lo aprendió; además, para estas personas es importante conservar las costumbres heredadas de sus antepasados; en contraste, 12.4% opinó que los cambios son necesarios, más si implican mejorar sus condiciones de vida. En

Cuadro 1. Identificación de los productores de jitomate de San Pablo Güilá con los valores del modelo motivacional de Schwartz.

Escala de valores	Metas, aspiraciones o deseos personales	Porcentajes	
		Me identifica en nada: 1	Me identifica mucho: 5
Tradición	Satisfacción con lo que se tiene	22.2	77.8
	Apego a la religión	11.1	88.9
	Conservación de las costumbres	12.4	87.6
	Respeto y obediencia a los mayores	8.5	91.5
	Importancia de la humildad	33.3	66.7
Conformidad	Observancia de las reglas	32.0	68.0
	Comportamiento correcto	48.4	51.6
	Amabilidad hacia los demás	31.4	68.6
Seguridad	Evasión de riesgos	75.8	24.2
	Seguridad nacional	79.1	20.9
	Orden y limpieza	35.9	64.1
	Cuidado de la salud	87.6	12.4
	Estabilidad de gobierno	37.9	62.1
Poder	Acumulación de riqueza	14.4	85.6
	Ordenar	5.9	94.1
	Decidir y liderar	31.4	68.6
Logro	Despliegue de habilidades	9.2	90.8
	Éxito	22.2	77.8
	Ambición	3.9	96.1
	Progreso	2.0	98.0
	Diversión	76.5	23.5
Hedonismo	Darse gustos	81.7	18.3
	Disfrutar la vida	85.0	15.0
Estimulación	Experimentar cosas nuevas	42.0	58.0
	Propensión al riesgo	43.3	56.7
	Gusto por las emociones	47.3	52.7
	Creatividad	45.5	54.5
Autodirección	Autonomía en toma de decisiones y libertad de planeación	35.7	64.3
	Curiosidad y comprensión de las situaciones	36.1	63.9
	Independencia y libertad de acción	47.0	53.0
	Trato igual a todas las personas	56.9	43.1
Universalismo	Tolerancia	35.9	64.1
	Armonía	16.3	83.7
	Trato justo para todas las personas	9.8	90.2
	Protección del medio ambiente	77.1	22.9
	Adaptación e integración a la naturaleza	15.7	84.3
Benevolencia	Ayuda a la gente	51.1	48.9
	Lealtad a los amigos	54.5	45.5
	Apoyo a los semejantes	53.6	46.4
	Práctica del perdón	56.2	43.8

Fuente: elaboración propia.

el mismo sentido, 91.5% enfatizó la importancia en el respeto hacia las personas mayores y a la obediencia; mientras que 8.5% se pronunció en sentido contrario. También, 66.7%

consideró que la humildad y la modestia son importantes, contra 33.3% que opinó lo contrario.

En lo que respecta a Conformidad, se encontró que 68% de los encuestados consideró que debe hacer lo que se le dice y seguir las reglas, mientras que 32% opinó lo contrario al considerar que uno debe basar sus acciones en el libre albedrío para hacer lo que cree correcto. Así mismo, las respuestas de 51.6% resaltaron la importancia de un comportamiento apegado a las normas sociales, contra un 48.4% que indicó lo contrario. En la misma línea, 68.6% mostró su inclinación por la amabilidad en busca de una sana convivencia social; contrario a 31.4% para el que ser amable no es importante pues no se puede estar bien con todos los demás como consecuencia de la naturaleza humana.

El análisis de seguridad indica que para 24.2% vivir en un lugar seguro y evitar riesgos es fundamental, en contraste con 75.8% de los encuestados para quienes la inseguridad existe en cualquier parte y no se puede evitar. En el mismo sentido, 20.9% destacó la importancia de la seguridad nacional y el papel del Estado como garante de la misma, a diferencia de 79.1% que le restó atención a la seguridad a nivel macro. De manera similar, 62.1% resaltó la importancia de un gobierno estable dado su impacto en la mejora de la economía, pero para 37.9% dicho aspecto fue irrelevante, así como su promoción de cambio. Además, 64.1% enfatizó la importancia del orden y la pulcritud, versus 35.9% que consideró estos aspectos como irrelevantes. En congruencia con lo anterior, 12.4% indicó la relevancia del cuidado personal para evitar enfermarse, contrario a lo demostrado por 87.6% para el que tal aspecto no fue significativo.

En cuanto al valor Poder, los resultados revelan que para 85.6% de los encuestados la acumulación de riquezas es primordial, contrario a 14.4% para el que la riqueza no es un objetivo elemental en la vida, pues considera que con tener lo necesario para vivir es suficiente. También, para 94.1% el dar órdenes a los demás es importante y solo 5.9% consideró lo contrario. De igual manera, 68.6% señaló querer ser siempre quien toma las decisiones y lidere, versus 31.4% para el que la toma de decisiones debe ser consensuada.

Los resultados del análisis del valor Logro resaltan la importancia que tiene para los encuestados (90.8%) la demostración de las habilidades mediante un desempeño competente que les asegure la obtención de recursos y por tanto la supervivencia. Solo 9.2% consideró que no es necesario mostrar las habilidades que cada uno posee. En la misma línea, para 77.8% ser exitoso en la vida es fundamental, algo en lo que 22.2% no concordó sugiriendo que existen cosas más fundamentales que el éxito. Congruente con esto último, 96.1% mostró énfasis en la importancia de ambicionar más de lo que tienen, contra 3.9% que indicó lo contrario. En el mismo sentido, 98% mostró su inclinación por el esfuerzo constante para mejorar y progresar superando a los demás; a lo que solo 2% opinó en contra.

Sobre el Hedonismo, 23.5% buscó la diversión y hacer actividades que le agraden, contra un porcentaje mucho mayor (76.5%) que indicó lo contrario. De igual manera, 18.3% mostró inclinación por “darse gustos” y disfrutar de los placeres de la vida, mientras que un gran porcentaje (81.7%) indicó una postura en contra. En la misma línea, 15% dijo que lo importante en la vida es disfrutarla y pasarla bien, en contraste con 85% que señaló lo opuesto.

Respecto a Estimulación, se encontró que 58% de los encuestados consideraron importante realizar cosas diferentes en la vida y experimentar; en cambio, 42% señaló que es mejor hacer lo que siempre ha funcionado y no intentar cambios en la forma de hacer las cosas. Congruente con lo anterior, 56.7% mostró una asunción al riesgo sugiriendo que este es parte de la vida y que además sirve para mejorar, mientras que 43.3% indicó su aversión a iniciarse en una aventura. De manera similar, 52.7% denotó la importancia que le da a tener una vida excitante llena de emociones y sorpresas, contrario a 47.3% que opinó diferente.

El análisis de Autodirección señala la inclinación que tuvo 54.5% de los agricultores hacia la creatividad y la iniciativa en busca de hacer las cosas de manera propia, contra 45.5% de ellos que mostró propensión a lo convencional y a la apatía. Asimismo, el análisis permite observar la importancia que confirió 64.3% a la libertad en la toma de decisiones, así como a la planeación y elección de actividades a realizar, versus 35.7% que mostró una postura de seguidor. Más aun, se encontró que 63.9% resaltó la importancia de la curiosidad y la comprensión para resolver las diversas situaciones de la vida cotidiana, en contraste con 36.1% que opinó lo contrario. Un último hallazgo indicó que 53% dio preponderancia a la autonomía de acción en la solución de situaciones, contra 47% que dio indicios de dependencia.

Universalismo. 43.1% de los encuestados consideró que todas las personas deben ser tratadas con igualdad, mientras que 56.9% demostró lo contrario. No obstante, 64.1% dio indicios de tolerancia al señalar que se debe escuchar a las personas que son distintas aun cuando no se está de acuerdo con ellos, contra un 35.9% que estuvo en desacuerdo indicando que ante la falta de coincidencia de ideas el diálogo es una pérdida de tiempo. De manera similar, 83.7% opinó que las personas deben de vivir en armonía, contra 16.3% para quienes esto no es posible ya que los problemas entre los individuos son parte de la vida. En el mismo sentido, 90.2% expresó la importancia de un trato justo para todas las personas, pero 9.8% opinó lo contrario.

Además, se encontró un mínimo interés por el respeto y el cuidado del medio ambiente. Solo 22.9% consideró que eso es importante y para 77.1% no lo es pues consideraron que hay que aprovechar la naturaleza sin importar que se agote. En contraste, 84.3% creyó que es necesario adaptarse e integrarse a la naturaleza, mientras que 15.7% opinó que esto no es importante.

Por último, Benevolencia, 48.9% indicó que es primordial ayudar a las personas que los rodean, mientras que 51.1% consideró que su bienestar es más importante que el de los demás. Por otro lado, 45.5% consideró que es importante ser leal a sus amistades, pero 54.5% opinó que la lealtad no es importante. De manera similar, 46.4% dijo que es necesario atender las necesidades de los demás y apoyarlos, contra 53.6% que consideró que no es necesario apoyar a los demás pues con que ellos estén bien es suficiente. Además, para 43.8% de los encuestados fue fundamental el perdonar a los demás y no guardarles rencor, pero 56.2% de los encuestados opinó lo contrario.

El análisis de los datos realizado con base en el modelo motivacional de Schwartz permitió observar que una gran mayoría de los encuestados se identificó con metas encaminadas al

logro de valores –logro, poder, autodirección, estimulación y hedonismo– que señalan el perfil individualista de las personas. Como se puede ver en la tabla 1, un porcentaje significativo mostró un fuerte énfasis en el logro de reconocimiento social e influencia como indicador de éxito personal (Logro). Para alcanzarlo, pusieron de manifiesto una inclinación hacia el uso de sus habilidades con el fin de demostrar su buen desempeño. También exhibieron ambición de posesiones y progreso en relación con los demás, objetivos que sugieren alcanzar mediante el esfuerzo y superación constante.

Además, hay indicios de un alto grado de deseo de posición y prestigio social, así como de control y dominio sobre las personas o recursos (Poder). Según los resultados, una gran cantidad de los encuestados dieron mucha importancia a la acumulación de riquezas y a dar órdenes en lugar de recibirlas; así como a la autonomía en la toma las decisiones y al liderazgo.

El análisis pone de manifiesto también el anhelo de independencia de pensamiento y acción (Autodirección). Gran parte de los encuestados hicieron notar su inclinación hacia la creatividad y la iniciativa con el propósito de hacer las cosas a su modo. Por lo mismo, resaltaron lo importante que es para ellos tomar sus propias decisiones y planear y elegir las actividades a realizar, tanto en las situaciones del día a día como en aquellas que surgen de manera inesperada; para lo cual, evidenciaron el rol preponderante que dan a la curiosidad y la comprensión de las situaciones de la vida cotidiana.

Más aun, los resultados sugieren que entre los agricultores se presentó la propensión a la emoción, la novedad y la toma de retos (Estimulación). Esto se evidencia porque gran parte de ellos consideraron primordial realizar cosas diferentes en la vida y experimentar sin tomar en cuenta el riesgo que asumen, pues consideraron que este es parte de la vida misma y el costo para mejorar. Además, pusieron de manifiesto que las emociones y sorpresas son importantes para tener una vida excitante. No obstante, entre los encuestados se halló poco enfoque en la auto complacencia y el disfrute de los placeres de la vida (Hedonismo). Solo alrededor de una cuarta parte de ellos mostró interés en la diversión y en realizar actividades de su agrado; así como en “darse gustos” y el disfrute de los placeres de la vida. Añadido a eso, muy pocos concibieron la idea de vivir la vida por vivirla y dedicarse solo a su disfrute y goce.

Aunque este último resultado se desalinea al resto de los demás valores que perfilan el individualismo, podría explicarse por las relaciones dinámicas que existen entre los diez valores de la escala de Schwartz (2012). Así, en la continuidad que se manifiesta en dicha escala, Hedonismo, al estar en relación directa con Logro, tiene un rol complementario con este último. Es decir, en la búsqueda de obtención de bienes y progreso mediante el esfuerzo para lograr un buen desempeño, se hace necesario un enfoque en la seriedad, el compromiso y la responsabilidad con aquellas actividades que permitan avanzar en el camino al éxito sin importar qué tanto agrado se tenga por ellas. De la misma manera, una postura austera puede ayudar al logro de metas al no comprometer recursos económicos en actividades de ocio.

En un análisis posterior se calculó la puntuación obtenida por cada uno de los valores (Cuadro 2). De acuerdo con los resultados, la puntuación alta de Tradición indica que

las personas se encontraban muy apegadas a las costumbres y a la religión. En el contexto de estudio la gran mayoría de la población profesa la religión católica y sigue fielmente sus preceptos, lo que podría explicar su tendencia al respeto, conformidad y humildad, subordinando el yo de cada uno de ellos a las personas con quienes interactúan. Una manifestación del respeto es también hacia las celebraciones de los santos venerados en la comunidad. Además, muestran un arraigo muy pronunciado a las formas tradicionales de hacer las cosas con el objetivo de preservar las enseñanzas de sus antepasados. Esto podría explicar su renuencia a adoptar nuevas formas de trabajo basadas en la colaboración.

Conformidad. Tuvo una puntuación alta que muestra que los encuestados desean hacer siempre lo mismo y el cambio no es una opción. Para esas personas las cosas deben hacerse de manera convencional, tal como sus ancestros les enseñaron ya que de otra manera estarían contradiciendo a sus mayores quienes tienen la autoridad y sabiduría que les da la experiencia. La puntuación muy baja de Seguridad indica que los respondientes percibieron la inseguridad como algo omnipresente y que el Estado no puede garantizar, por lo cual impacta en sus actividades económicas. Esto podría ser una de las causas por las que los agricultores de jitomate se resisten a trabajar de manera conjunta, pues dado el contexto actual desconfían no solo de las demás personas, sino del apoyo que podrían tener del gobierno ante un problema que se llegara a presentar.

Poder. Su puntuación fue alta y se puede interpretar como la tendencia de las personas analizadas a ejercer su dominio sobre los demás y decidir sobre el uso y manejo de sus recursos propios. Este perfil podría explicar por qué el trabajo en equipo no es una opción, pues implica involucramiento en todas las áreas de trabajo, colaboración, toma de decisiones consensuada y solidaridad no solo para apoyar a los miembros del equipo, sino para compartir los beneficios y resultados del trabajo colaborativo.

La calificación baja de Logro sugiere que los respondientes no dieron prioridad al éxito como meta en la vida, ni a la posesión de bienes materiales más allá de los necesarios

Cuadro 2. Valores de los productores de jitomate de San Pablo Güilá, según la Escala de Schwartz.

Valor	Puntuación	Resultado ¹
Tradición	2.3	Alta
Conformidad	2.4	Alta
Seguridad	3.8	Muy baja
Poder	2.5	Alta
Logro	3.2	Baja
Hedonismo	4.4	Muy baja
Estimulación	2.7	Baja
Autodirección	2.6	Baja
Universalismo	3.8	Muy baja
Benevolencia	2.7	Baja

¹Escala de medición: 1.0 – 1.25 Muy alta; 1.26 – 2.50 Alta; 2.51 – 3.75 Baja y 3.76 – 5.0 Muy baja.
Fuente: elaboración propia.

para vivir; aunque también indica que para ellos es importante mostrar que pueden salir adelante con base en sus habilidades individuales. Esto puede significar una limitante en las intenciones de formar parte de una organización, pues el deseo de progresar implica la demostración de autosuficiencia y competencia con los demás. Las personas con una alta motivación de Logro se caracterizan por un rápido aprendizaje y desarrollan metodologías novedosas para realizar tareas específicas (Maluk y Maluk, 2019). Por otro lado, aquellas con motivación baja eligen tareas muy fáciles para asegurar su éxito, o bien tareas con un nivel elevado de exigencia pero que pueden ser realizadas por todos; así, ante una eventual falla, esta no sería magnificada (Soriano, 2001).

Hedonismo registró una calificación muy baja que indica que para los encuestados no fue importante la diversión ni el disfrute de los placeres de la vida. Ellos toman con seriedad su trabajo en el campo, mismo que aprendieron de sus antepasados por lo cual no conocen otro más, así que lo realizan no por gusto sino por necesidad; y para obtener lo necesario para subsistir. Acorde con esto, Inglehart (1999) señala que en las sociedades subdesarrolladas caracterizadas por la desigualdad social no se observa el ocio y el hedonismo; contrario a lo que sucede en las sociedades con altos niveles de desarrollo cuyas necesidades se encuentran satisfechas y los recursos para su subsistencia se encuentran garantizados.

El puntaje bajo de Estimulación denota que los agricultores tuvieron cierta disposición a tomar riesgos y emprender aventuras experimentando cosas nuevas como una forma de buscar el progreso. Ello explica que hayan emprendido el negocio del cultivo de jitomate con métodos no tradicionales como lo es el cultivo en invernadero; sin embargo, su asunción de riesgos no fue tan alta como para comprometer sus logros en una nueva aventura como lo sería el trabajar de manera conjunta con otros agricultores.

Autodirección obtuvo una calificación relativamente baja, lo que puede interpretarse como la orientación de los encuestados a trabajar a su manera utilizando su ingenio y sin depender de la dirección de alguien más, aun en los casos en que se presenta un problema. Esto claramente contraviene los requerimientos del trabajo asociativo que requiere la disposición de escuchar a los demás y la toma de decisiones en conjunto en busca del beneficio común.

La puntuación muy baja de Universalismo sugiere que los agricultores no apoyaron el trato igual hacia las personas y tienen poca disposición para escuchar las opiniones de los demás; además, evidencia su aversión a situaciones en donde se tenga que debatir o tener confrontaciones con los demás pues siempre quieren que se haga lo que ellos dicen. Evidentemente esto representa una limitante para participar en asociaciones de trabajo. Además, denota el poco respeto de los encuestados a la naturaleza.

Por último, pero no menos importante, la puntuación baja de Benevolencia evidenció poca disposición para ayudar a los demás cuando estos requieren de apoyo, sobre todo de tipo económico. La benevolencia implica el interés por el bienestar de las personas con las que se tiene algún vínculo (Estrada-Villalta y Terpstra-Schwab, 2014). En caso contrario, los lazos de cooperación entre las personas que son muy débiles, no favorecen la formación de organizaciones. Una vez analizada la puntuación de cada uno de los valores, el siguiente paso fue calcular los objetivos generales. Los resultados de este último análisis corroboraron los hallazgos del primero, permitiendo identificar el perfil individualista y

la desconfianza existente en los productores de jitomate de San Pablo Güilá. Con ello se confirmó lo establecido en la hipótesis del estudio.

El **Cuadro 3**, muestra la calificación alta de Apertura al cambio y pone de manifiesto que los agricultores priorizaron su deseo de independencia de acción y pensamiento, además de que dieron gran valía a la toma de retos. Esas personas tienden a ser creativas y a tomar siempre la iniciativa buscando que las cosas se hagan a su modo. Para ellas es importante tomar sus propias decisiones y planear sus actividades sin importar el riesgo que eso representa, ya que lo asumen como el costo por encontrar formas de hacer las cosas mejor. Por otro lado, la puntuación de Auto-promoción, indica que los encuestados persiguieron sus propios intereses personales, sin tomar en cuenta el bienestar de las personas a su alrededor. Para ellos la meta principal es obtener reconocimiento social e influencia sobre los demás mediante el despliegue y muestra de habilidades que le permitan sobresalir y tener posesiones. Así mismo, desean el control y dominio sobre personas o recursos y la acumulación de riquezas; y valoran la autonomía, por lo que no les gusta recibir órdenes ni ser seguidores sino líderes.

Estos resultados podrían explicar por qué los agricultores aun cuando corrieron el riesgo de iniciar un negocio para allegarse recursos económicos y mejorar sus condiciones de vida, no estuvieron dispuestos a comprometer lo logrado por sí mismos al organizarse con otros productores. Morales, Holtschlag, Masuda y Marquina (2018) sostienen que el ser emprendedor implica la voluntad de querer que las cosas se hagan, la disposición de uno a ejercer su propia energía, el placer de crear, el deseo de cambio y el deseo de autonomía señalados por Schumpeter (1934); de modo que, estas características en los productores de jitomate podrían estar limitando su participación en una organización para llevar a cabo un trabajo colaborativo.

El trabajo asociativo implica la participación general de derechos, pero también de obligaciones, así que, si algo resultara mal, todos los involucrados responderían por ello y eso es algo a lo que los agricultores no están dispuestos. Además, su inclinación a trabajar a su propio modo y a no seguir la dirección de alguien más, obstaculiza el trabajo conjunto que requiere tolerar opiniones diversas para consensuar y tomar decisiones en busca del beneficio común. Más aún, según los hallazgos, la presencia de egoísmo es algo que puede interferir en la organización de los productores, pues ellos no están dispuestos a compartir

Cuadro 3. Objetivos generales de los productores de jitomate de San Pablo Güilá.

Objetivos	Puntuación	Resultado ¹
Apertura al cambio	2.5	Alta
Conservación	4.2	Muy baja
Auto-promoción	3.3	Baja
Auto-trascendencia	3.2	Baja

¹Escala de medición: 1.0 – 1.25 Muy alta; 1.26 – 2.50 Alta; 2.51 – 3.75 Baja y 3.76 – 5.0 Muy baja
Fuente: elaboración propia.

conocimientos ni destrezas que pueden ayudar a los demás a sobresalir y por lo tanto a convertirse en sus competidores. Esto sería una amenaza para su desempeño y por ende a su éxito personal. Según la calificación de Conservación, entre los encuestados se mostró apego a la religión. Esto puede incidir en un comportamiento de respeto, humildad y conformidad (Roccas y Schwartz, 1997). Aunque menos significativas que las de Apertura al cambio, esas cualidades podrían tener un papel relevante en la intención de formar parte de una organización con el objetivo de mejorar el desempeño y por tanto estar en una mejor posición económica con todo lo que ello implica en cuanto a la posesión de bienes materiales. Zulkifli y Rosli (2013) han señalado el papel significativo que tiene la religión en la vida de las personas al influir y guiar su toma de decisiones y comportamiento; de manera que puede incidir en la motivación, el compromiso con el trabajo, el liderazgo y el desempeño organizacional.

También se encontró que son tradicionales; lo que podría estar influyendo en que no consideren el trabajo asociativo que implicaría la adopción de nuevos métodos de producción, yendo en contra de los métodos heredados de sus ancestros. Además, los respondientes manifestaron preocupación por la estabilidad del gobierno y la actuación del Estado en la provisión de seguridad para llevar a cabo sus actividades agrícolas. Esto también podría estar limitando su incorporación en organizaciones de productores, pues existe la percepción de que ante algún problema derivado del trabajo en asociación estarían desprotegidos. La inseguridad genera desconfianza en los agricultores para formar parte de una asociación; de manera que prefieren trabajar de manera conjunta con familiares y amigos, antes que con otros productores (Ramírez, Figueroa, Figueroa, Coronado y Castellanos, 2018).

Por último, el objetivo Auto-transcendencia sugiere que para los encuestados el trato igual hacia las personas y la tolerancia a las opiniones de los demás no fue su meta; tampoco estuvieron dispuestos a ayudar a los demás cuando requirieron de apoyo y menos si este era económico. Además, no desearon estar en situaciones de debate o confrontación. Esto puede limitar su participación en asociaciones donde existe pluralidad y participación colectiva en la toma de decisiones, y en donde sobre todo se requiere de lazos de cooperación entre las personas en la consecución de un objetivo común. Este debe ser la competitividad, buscada desde un enfoque sistémico que no solo integre a todos los productores, sino que propicie la interacción entre ellos y con el entorno (Schejtman y Berdegué, 2004); sobre las bases de cooperación, honestidad y confianza (Lugo-Morin, 2013).

CONCLUSIONES

Los hallazgos indican que los agricultores tuvieron una orientación individualista enfocada en el éxito personal logrado por habilidades propias; así como en el control y en el dominio. Ellos persiguen sus propios intereses y no les preocupa el bienestar de los demás; también confieren mucha importancia a la acumulación de riqueza, a ordenar en lugar de obedecer, a la autonomía en la toma las decisiones y al liderazgo. Desean expresar su creatividad y trabajar a su modo sin seguir indicaciones de nadie sobre lo que hay que hacer y cómo hacerlo. Además, buscan la emoción de enfrentar retos como parte de alcanzar el éxito, misma que complementan con austeridad y compromiso con el trabajo.

Los productores evidenciaron además cierta motivación religiosa que, hasta donde se sabe, puede incidir en la conformidad en cuanto al desempeño empresarial. El tradicionalismo es otro valor mostrado por los encuestados, que indica su apego a lo establecido y su aversión a lo nuevo. También mostraron desconfianza, expresada en cuanto a la incertidumbre del soporte que pueden tener por parte del gobierno para llevar a cabo sus actividades productivas mediante el trabajo colaborativo.

REFERENCIAS

- Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios. 2018. Principales productos agroalimentarios de exportación. *Claridades Agropecuarias*, (285), 46-48.
- Bracamontes R. 2017. Sufren Productores de tomate venden el kilo a \$2.50. NVINOTICIAS. <https://www.nvinoticias.com/oaxaca/sufren-productores-de-tomate-en-oaxaca-venden-el-kilo-250/7520>
- Cáceres LS, Pardo C, Torres A. 2013. La asociatividad y las cadenas productivas: una alternativa de desarrollo para el municipio de Yopal, Casanare. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(102), 69-75.
- Columna informativa. 2016. Visita Lino Velázquez empacadora de tomate de San Pablo Güila. Columna informativa. <http://www.columnainformativa.com/2016/08/visita-lino-velazquez-empacadora-de-tomate-de-san-pablo-guila/>. Agosto 23.
- Estrada-Villalta S, Terpstra-Schwab N. 2014. La complejidad de la variación transcultural: valores en Guatemala y Estados Unidos. *Revista Interamericana de Psicología*, 48(2), 152-165.
- Ferrando A. 2015. Asociatividad para la mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas. *Anales Científicos*, 76(1), 177-185. <http://doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura). 2018. Factores relevantes en el desarrollo de proyectos de inversión en el sector agropecuario en México. México.
- Garrido CA, Vidal M. 2008. Formas de organización y estrategias de comercialización de los pequeños productores rurales del nordeste misionero [Conferencia], Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones. <http://www.ciap.org.ar/Sitio/Archivos/Formas%20de%20organizacion%20y%20estrategias%20de%20comercializacion.pdf>
- Gómez A, Martínez-Sánchez E. 2000. Implicaciones del modelo de valores de Schwartz para el estudio del individualismo y el colectivismo. Discusión de algunos datos obtenidos en muestras españolas. *Revista de Psicología general y aplicaciones*, 53(2), 279-301.
- Hruska A. 2013. Agricultura familiar y acceso a los mercados, memoria del seminario taller. Panamá: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Inglehart R. 1999. Modernización y posmodernización el cambio cultural, económico y político en 43 sociedades. España: CIS.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática). 2016. Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015. Estados Unidos Mexicanos. <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/default.html#Tabulados>. Febrero 22.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática). 2018. Encuesta Nacional Agropecuaria 2017. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ena/2017/doc/ena2017_pres.pdf. Febrero 22)
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática). 2019. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto Trimestral. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/default.html#Tabulados>. Abril 22.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática). 2021. Mapa digital de México. [Mapa] <http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/>. Marzo 2.
- Landini F. 2013. Problemas enfrentados por los Extensionistas Rurales Argentinos en el ejercicio de su labor desde su propia perspectiva. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 51(1), S079-S100.
- Landini F. 2015. Problemas percibidos y concepciones de extensión de los técnicos del Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal de el Salvador, Centroamérica. *Interações Campo Grande*, 16(2), 455-464. <http://doi.org/10.1590/151870122015219>
- Landini F. 2016. Problemas de la extensión rural en América Latina. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(47), 47-68. <http://doi.org/10.18504/pl2447-005-2016>
- Lugo-Morin D. 2013. El capital social en los sistemas territoriales rurales: avance para su identificación

- y medición. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 31(91), 167-202.
- Maluk O, Maluk S. 2019. Validación de la escala de valores de Schwartz para los graduados de economía y negocios. *Espacios*, 40(23), 20-39.
- Martínez-Gutiérrez G, Díaz-Pichardo R, Juárez-Luis G, Ortiz-Hernández YD, López-Cruz J. 2014. Caracterización de las unidades de producción de tomate en invernaderos de Oaxaca. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 11(2), 153-165.
- Morales C, Holschlag C, Masuda A, Marquina P. 2018. In which cultural contexts do individual values explain entrepreneurship? An integrative values framework using Schwartz's theories. *International Small Business Journal*, 37(3), 241-267. <https://doi.org/10.1177/0266242618811890>
- Narváez-Rodríguez C. 2014. Asociaciones y cooperativas rurales: factores internos y externos que influyen en su estabilidad y eficiencia. Una reflexión sobre el caso de Viotá, Cundinamarca. *Cooperativismo & Desarrollo*, 104(22), 63-81. <http://doi.org/10.16925/co.v22i104.971>
- Otzen T, Manterola C. 2017. Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Ramírez A, Figueroa K, Figueroa B, Coronado M, Castellanos Y. 2018. La confianza como factor determinante para las estrategias agropecuarias de los productores del altiplano oeste potosino. *Nova Scientia*, 10(21), 631-654. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1607>
- Robles B. 2011. La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 40-49.
- Roccas S, Schwartz S. 1997. Church-State Relations and the Association of Religiosity With Values: A Study of Catholics in Six Countries, Cross-Cultural Research: The Journal of Comparative Social Science, 31(4), 356-375. <https://doi.org/10.1177/106939719703100404>
- Rodríguez H, Ramírez CJ. 2016. Análisis de la Sostenibilidad de los procesos de fortalecimiento de la asociatividad rural: el caso de Asomora. *Revista de Ciencias Agrícolas*, 33(1), 9-21. <https://doi.org/10.22267/rcia.163301.2>
- Rodríguez W. 2014. Individualismo y desconfianza en el trabajo asociativo de cadenas productivas de agroexportación en el Valle del Mantaro, Junín, Perú. *Apuntes de ciencia & sociedad*, 4(2), 144-155. <https://doi.org/10.18259/acs.2014016>
- Romero R. 2009. Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas. *Revista estudios agrarios*, (41), 37-66.
- Rondot P, Collion M. 2001. Organizaciones de productores agrícolas: Su contribución al fortalecimiento de las capacidades rurales y reducción de la pobreza [Conferencia]. Seminario organizado por el Banco Mundial en la ciudad de Washington. Junio 28-30.
- Ruiz R. 2010. Redes de cooperación empresarial para el impulso de la competitividad de productores agrícolas. El caso de la producción y comercialización de mango en dos municipios sinaloenses (Tesis de maestría en desarrollo regional). El Colegio de la Frontera Norte.
- Salas V. 2017. La asociatividad como motor de la agricultura. *Economía y Sociedad*, (91), 45-51.
- Sánchez G. 2007. Perspectivas de la Micro y Pequeñas Empresas como factor del desarrollo económico de México. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Schejtman A, Berdegué J. 2004. Desarrollo territorial rural. Santiago: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
- Schumpeter J. 1934. The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schwartz S. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Secretaría de Economía. 2018. Sistema de Información Arancelaria Vía Internet. <http://www.economia-snci.gob.mx/> . Diciembre 20.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. 2018. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola. <https://www.gob.mx/siap/articulos/cierre-estadistico-de-la-produccion-agricola-2017?idiom=es>. Diciembre 20.
- Soriano M. 2001. La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Proyecto Social*, (9), 163-184.
- Zlobina A. 2003. La teoría de valores de S. Schwartz. *In: Psicología Social, Cultura y Educación*, coordinado por Darío Páez, Itziar Fernández, Silvia Ubbillo y Elena Zubieta, 73-88. España: Pearson Educación.
- Zulkiffi RM, Rosli M. 2013. Entrepreneurial orientation and business success of malay entrepreneurs: religiosity as moderator. *International journal of humanities and social science*, 3(10), 264-275.