



INFORME DE MERCADEO

PALMA SOYATE

Guerrero, Oaxaca.

**Preparado por: Grupo de Estudios Ambientales
2003**

CONTENIDO FINAL DEL INFORME DE MERCADEO - Palma soyate

1. Descripción de sus características comerciales:

Los productos de palma soyate son varios:

Sombreros de Chilapa

Artículos navideños

Artículos para la cocina (mantelitos individuales, cestos, paneras, tortilleros, etc), bolsas,

Coaxtlis o suaderos para bestias

Figuras

De palma real

Sombrero de vuelta y vuelta de Tlapehuala

2. La cadena o red de comercialización del producto

Para el sombrero de Chilapa, los artículos navideños y artículos de cocina:

- Campesinos y campesinas pobres de las comunidades recolectan las hojas de palma, la hierven, secan, rajan, a veces tiñen y trenzan en una delgada cinta de aprox 20 m de largo que venden a acopiadores de su comunidad (precio aprox por rollos de cinta \$1.30 a \$1.50).
- Los acopiadores la llevan a Chilapa donde la venden a los talleres de transformadores (precio aprox. por rollo de cinta \$1.50 a \$1.70).
- Los transformadores hacen la costura y la elaboración de los productos. Si son sombreros hay que coser y estufar (precio aprox. por sombrero \$7.00) (precio aprox por mantelito individual \$6.00 o adorno navideño \$3.00-15.00)
- Transformadores venden los productos en el mercado de Chilapa o a acopiadores de artesanías de diferentes partes del país
- Acopiadores de Chilapa abastecen a las grandes centros de industria de sombrero del país: Tehuacán, Sahuayo, San Francisco del Rincón, Teocaltiche, Huandacareo, Puebla.
- Algunos transformadores de Chilapa exportan a EEUU, Argentina u otros países

Figuras

- Los clientes hacen el pedido directo a la Sanzekan o al artesano
- El artesano colecta la palma, transforma en su propio taller y entrega producto a la Sanzekan o al cliente

Coaxtli

- El campesino cosecha la fibra y elabora el coaxtli
- El campesino vende a acopiador local o directamente en mercado al consumidor

Sombreros de vuelta y vuelta

- Campesinos del norte de Guerrero recolectan la palma y la venden a personas de Tlapehuala
- Personas de Tlapehuala viajan cada semana durante 5 horas en su auto y recorren comunidades del Centro de Guerrero y entregan palma que recogen ya trenzada una semana despues, como maquila.
- Talleres de Tlapehuala transforman la cinta en sombrero de vuelta y vuelta
- Venden en el país y/o exportan

Antes de tener productos acabados podemos encontrar: palma hervida, cinta, tela de cinta

Palma hervida

Se lleva los domingos al mercado de Chilapa, donde se vende a artesanos de comunidades vecinas. Ellos transforman la palma en numerosos productos como figuras ornamentales, entre las que destacan las elaboradas para la época de Navidad, que se venden por todo el país. En algunos casos se trata de familias y en otros de grupos organizados en talleres. Generalmente tiñen la palma con tintes químicos de diversos colores.

Cinta

Existe una compleja red regional de comercialización de la cinta. El primer eslabón está dado por los recolectores-tejedores, que son casi todas las familias de las comunidades palmeras. Ellos los venden ya sea a acopiadores de su propia comunidad, que en el caso de La Esperanza suman unos 12 o a acopiadores que vienen de otras comunidades o de otras regiones, que pueden ser tan distantes como Michoacán. Pueden también llevarla a Chilapa al mercado. Normalmente el día domingo es el día en que se vende el trabajo realizado a lo largo de la semana.

Los acopiadores de cinta en la comunidad pueden también tener tienda y es frecuente que se haga trueque de palma por productos varios. También se puede prestar dinero a crédito, que se paga con cinta. Generalmente estos tratos son a una semana.

En la comunidad puede también existir un acopiador de segundo nivel, un acopiador de acopiadores, quien generalmente tiene un vehículo con el que puede llevar su mercancía los domingos a la plaza o entregarla directamente a los talleres de los "costureros", quienes harán la siguiente transformación.

Los costureros viven en comunidades que no necesariamente son productoras de palma. Han logrado hacerse de máquinas de coser, por algún programa de gobierno o por haber reunido el dinero de alguna forma. Ellos elaboran una gama de artículos a partir de la cinta: sombreros, tapetes, carpetas, canastas, bolsas, tortilleros, etc.

Una vez elaborados estos productos son distribuidos a todo el país y al extranjero, por varias vías. Al mercado de Chilapa acuden pequeños o medianos compradores o compradores eventuales que vienen de Chilpancingo, México, Acapulco, Taxco y otros centros turísticos, sobre todo antes de la temporada navideña.

Los costureros grandes tienen a sus clientes en diferentes partes del país y les hacen sus entregas ya sea llevándoles la mercancía personalmente o enviándoselas por correo o por paquetería.

Algunos de los clientes son a su vez acopiadores y revendedores de artesanías, sobre todo desde centros de distribución como La Ciudadela o Bodegas Oaxaca en la ciudad de México

Algunos artesanos venden de manera directa viajando a las ciudades y a las ferias.

Tela de cinta

Hace unos 50 años un artesano de Chilapa, comunidad textilera por excelencia, inventó la tela de cinta. En un telar de cintura puso un pie de cinta de palma y después usó cinta como trama. Esto abrió una infinidad de posibilidades nuevas para los productos que se podían elaborar con palma, sobre todo en cuanto a diversidad de bolsas y carpetas, pero también lámparas, muebles, etc.

En muchos casos los mismos campesinos recolectores y tejedores de cinta realizan la siguiente transformación y tejen la tela de cinta en sus casas. Esta se vende a un acopiador de Chilapa, quien a su vez hace la transformación subsecuente.

Estos productos siguen las mismas vías de comercialización que los descritos para los productos de cinta.

Coaxtli

Los coaxtlis son artículos de consumo regional, por lo que se comercializan localmente, sobre todo en el mercado de Chilapa. En las comunidades hay acopiadores y en Chilapa hay acopiadores de segundo nivel.

3. La oferta:

En la región de Chilapa se comercializan alrededor de 400 ton de palma al mes, en sus diferentes presentaciones

Palma hervida

La demanda se incrementa hacia el periodo navideño, por la gran cantidad y variedad de productos que se elaboran con la palma teñida de colores: esferas, figuras, cadenas y estrellas para colgar en el árbol, canastas para aguinaldos, etc.

Estos se venden en el mercado de Chilapa y se entregan a clientes de todo el país. Hay por lo menos cinco talleres organizados. Los precios varían según el producto, colocándose entre \$5.00 y \$30.00 por producto

Cinta

Cinta fina se compra en la comunidad a \$1.50. Se revende en Chilapa entre \$1.70 y \$1.80

Cinta corriente se compra en la comunidad a \$2.50 y se revende en Chilapa entre \$2.80 y \$3.00

En septiembre el precio baja (por la escasez de alimentos, que hace que mucha gente recurra a la venta de palma) y sube nuevamente en noviembre, con la fiesta de los Fieles Difuntos.

Los acopiadores grandes, que suman unos 50 en la zona de Chilapa, juntan cada uno entre 5,000 y 10,000 rollos de cinta por semana. Esto suma un promedio de 400,000 rollos por semana para la región, si se consideran 8,000 rollos por acopiador. En un mes son 1,600,000 rollos que a su vez equivalen a unos 40 000 000 de metros de cinta trenzada. Esto implica una extracción de más de medio millón de hojas por mes, considerando tan solo a los acopiadores mayores.

Tela de cinta

Solo una parte de la cinta se transforma en tela de cinta, quizá entre el 10 y 15%. Esta se entrega a acopiadores de Chilapa que a su vez la convierten en bolsas, mantelitos, carpetas, etc.

Coaxtli

El precio tiene fluctuación anual igual que la cinta, bajando en septiembre y elevándose en noviembre. En la comunidad se compra a \$25 y en Chilapa en el mercado se vende a \$30 cada pieza. No pasa por más de tres manos (productor, acopiador y acopiador de segundo nivel) y frecuentemente es objeto de trueque.

Figuras

Este es un mercado muy difícil puesto que cae más bien en la rama de las "obras de arte" que a diferencia de la producción en serie no acepta grandes volúmenes de lo mismo, en cambio en ocasiones por una pieza original y particularmente buena se obtienen precios muy altos. Una figura de 80 cm que lleva 4-5 días elaborar se vende en \$200. La desventaja es que la demanda es muy baja, pudiéndose colocar una de estas figuras sólo de vez en cuando.

4 La demanda:

Se reportaba producción de 125,000 docenas de sombreros y 15 mil bolsas al mes en los años 70 y principios de los 80; exportaban a 33 países (Fidepal) .

Para inicios del siglo XXI no pudimos encontrar estadísticas confiables, Fidepal, que era el encargado de llevar el seguimiento, desapareció, pero la impresión es que ha disminuido notablemente la demanda, sobre todo de bolsa, aunque también se ha diversificado. Por ejemplo más que las bolsas ahora se producen y venden grandes cantidades de artículos navideños y mantelitos individuales.

Pero podemos conocer la demanda de cinta y tela de cinta en el mercado de Chilapa

Demanda de cinta de palma y tela de cinta. Mercado Local de Chilapa

Mat. Prima	Presentación	Demanda semanal	Demanda unitaria promedio estimada	No. De puestos estimado	Estimación de la demanda total semanal
Cinta color	Rollos	1024	128	28	3602
Cinta blanca	Rollos	785	65	42	2761
Tela de cinta	Rollos (60 mts)	14	3.50	14	50
Ribete natural	Rollos	40	8.00	17	139
Ribete de color	Rollos	20	20	3	67
Cinta piña	Rollos	103	103	3	345

Total de encuestas 24.

Se obtuvo información de 19 que representan el 28 % del mercado

La tabla siguiente refleja la demanda estimada de materia prima para la palma trenzada, en rollo de cinta, de tela trenzada y cinta piña.

Demanda Mercado Local Línea de palma costureada y tela trenzada

Mat. Prima	Presentación	Demanda mensual estimada	Equivalencia palma x presentación	Consumo mensual de palma	Consumo de anilina (6 sobres x ciento)
Cinta color	Rollos	15488	3	46,500	3717
Cinta blanca	Rollos	11873	3	35,617	0
Tela trenzada	Rollos (60 mts)	212	22	4664	279
Ribete nat.	Rollos	599	10	6000	0
Ribete de color	Rollos	288	10	2880	172
Cinta piña	Rollos	1484	6	8904	534
Total				64,565	

Total de encuestas 24. Se obtuvo información de 19 que representan el 28 % del mercado

Conversiones:

1. Un rollo de cinta necesita 3-4 hojas de palma para su elaboración.
2. Un metro de tela trenzada requiere 5 rollos de cinta.

3. Por lo que un metro de tela trenzada se requieren 15-20 hojas de palma.

Palma Tejida.

La otra composición de la demanda de la palma estufada es la demanda realizada por los productores de artesanía tejida, que utilizan como ya se menciono anteriormente la palma directamente como materia prima, la encuesta se realizó a un total de 9 comercializadores representando la muestra al 65% del universo de estudio (mercado local).

Demanda Mercado Local Línea de Palma Tejida y Decorativos

Mat. Prima	Presentación	No. De personas que utilizan	% del total encuestado	Consumo semanal	Demanda unitaria promedio estimada
Palma estufada	Ciento	9	100	10.5	1.167
Anilina	Sobre (1.5 grs.)	9	100	580	64.44
Orillero	Manojos	5	56	44	8.80

En este cuadro se determina el consumo semanal promedio de acuerdo a la participación en el total de puestos de la demanda total, este dato nos arroja cuanto consume regularmente una persona de la materia prima reportada a la semana.

Estimación demanda mensual línea de palma tejida y decorativos

Mat. Prima	Presentación	Demanda unitaria promedio estimada	No. De puestos estimado	Estimación de la demanda total semanal	Demanda mensual estimada
Palma estufada	Ciento	1.167	14	16.33	70.23
Anilina	Sobre (1.5 grs.)	64.44	14	902.22	3879.56
Orillero	Manojos	8.80	8	68.99	296.67

La tabla nos permite determinar la demanda mensual de acuerdo a la cantidad de puestos existentes que utilizan las materias primas en cuestión, multiplicadas por la demanda promedio estimada. Es interesante observar en este sentido que la demanda que tienen los grupos de palma tejida y decorativa de la red de artesanos es 10 veces mayor que la demandada por los comercializadores en el mercado local, esto debido en gran medida a que de nuestra empresa este producto representa normalmente alrededor de un 60% de nuestras ventas totales principalmente en la temporada navideña.

Es decir que en el mercado de Chilapa se compran y venden cada mes el equivalente de alrededor de 7,000 hojas de palma hervida y secada, sin trenzar, y 64,565 hojas de palma trenzadas. Esto no incluye los productos terminados, sino sólo la materia prima que llega al mercado como tal.

Según entrevistas sabemos que en la región hay unos 50 acopiadores mayores, es decir que mueven entre 2,000 y 5,000 rollos por semana. Si tomamos un promedio conservador de 2,500 rollos por acopiador, nos arrojaría un cálculo aproximado de 250,000 rollos de cinta que se acopian cada semana.

A la vez esto representa un consumo semanal de más de 375,000 hojas de palma por semana; 1,500,000 hojas al mes transformadas en cinta, además de las 7,000 hojas secas, sin trenzar.

Las poco más de 70,000 que pasan por el mercado como materia prima, junto con todas las demás que no pasan por el mercado, llegan a los talleres costureros y son transformadas en productos acabados. Esto indica que alrededor de 300,000 hojas, o sea 100,000 rollos de cinta llegan cada mes directamente a los talleres sin pasar por el mercado de Chilapa.

5. Análisis de precios

Producción de 20 m de cinta: \$2.30- 2.50

Primer acopiador 20 m de cinta \$2.50 -3.00

Transformador 20 m de cinta a sombrero Chilapa \$7.00

Sombrero de Chilapa en sitio de venta Acapulco \$15.00

Mantelito individual en el mercado de Chilapa \$7.00

Mantelito individual en tienda de artesanías de la ciudad de México \$25.00

6. Procesamiento y agregación de valor

Los pasos que agregan valor en los productos y el sitio donde se hace son los que se ilustran a continuación:

Sombrero de Chilapa

Comunidad

Corte de palma _____ hervido _____ rajado _____ trenzado

Taller

Costura _____ blanqueado _____ planchado _____ ribeteado _____ adornado

Mantelitos y otros objetos de cinta

Comunidad

Corte de palma _____ hervido _____ rajado _____ teñido _____ trenzado

Taller

Costura _____ adorno

Adornos navideños

Comunidad

Corte de palma

Taller

Rajado _____ teñido _____ tejido _____ adorno

Sombrero de vuelta y vuelta de Tlapehuala

Comunidad 1

Corte palma _____ blanqueado

Comunidad 2

Rajado _____ tejido de cinta _____ tallado _____ arrollado o alisado

Taller

Costura _____ blanqueado _____ planchado _____ ribeteado _____ adornado

Bolsa de tela de cinta

Comunidad

Corte de palma _____ rajado _____ trenzado _____ tejido de la tela

Tejido de cinta de ribete _____ Tejido de bolitas _____
Bordado y colocación de bolitas

Taller
Corte y costura de la bolsa _____ Tejido y colocación de asas _____

Figuras de palma
Comunidad/taller
Colectar la palma _____ rajar _____ teñir _____ diseñar y tejer la figura

Coaxtlis
Comunidad
Cosechar la fibra _____ moldear _____ costurar

7. Análisis económico (márgenes de comercialización y retornos en cada eslabón)

Cinta y sus productos

Una familia campesina hace 2 rollos de cinta diarios- recibe \$50 semanales

Un acopiador pequeño revende 300 rollos a la semana- recibe \$30.00 semanales

Un acopiador grande 8,000 rollos de cinta a la semana- recibe \$800 semanales

Un taller de sombreros chico hace 700 sombreros a la semana - recibe \$4,900 semanales

Un taller de sombreros grande hace alrededor de 7,000 sombreros a la semana- recibe \$49,000 semanales

Un taller chico de productos de palma tejida (mantelitos, etc.) hace por semana- recibe entre \$ 100 y 400 por semana. No hay talleres grandes.

En Acapulco una tienda de artesanías vende 500 sombreros por semana- \$7,500

Un taller de figuras de palma por semana recibe aprox. \$300 por semana

8. Análisis de costos de transacción

En el primer nivel de transacción (del recolector- primer transformador al primer acopiador) se presentan relaciones de venta directa pero también hay mucho trueque (cinta por mercancía en las tiendas) y crédito (préstamos de dinero a cambio de cinta que será pagada casi siempre en una o dos semanas).

Entre el primer y segundo acopiador y el segundo transformador (talleres de producción de productos navideños y mantelitos) se dan pagos directos, pero a veces el acopiador tiene que esperar una o dos semanas para recibir su pago.

Entre el taller de costura y el siguiente eslabón, es decir el vendedor de productos terminados se puede dar pagos directos o crédito, en el que los dueños o trabajadores del taller tienen que esperar una semana a un mes para recibir su pago.

Entre los vendedores de productos terminados y sus clientes- tiendas de artesanías puede haber relaciones de pago directo o crédito.

9. Análisis de las estructuras de mercado para el producto (oligopólicas, monopólicas, etc.)

Los recolectores de la palma son cientos de campesinos pobres y sus familias

Los acopiadores de cinta pequeños son decenas de campesinos pobres

Los acopiadores de cinta fuertes son alrededor de 50

Los talleres de transformación a sombrero son unos cinco en la región y unos 10 en otras regiones

Los talleres de productos navideños, bolsas y mantelitos de cinta son alrededor de veinticinco en la región

Los puntos de venta en la ciudad de Chilapa son unos 10 fijos, y 84 en el mercado del fin de semana.

Los acopiadores pequeños de productos terminados son cientos que vienen de todo el país. Revenden en tiendas y puestos de artesanías y ferias a lo largo y ancho de México, pero principalmente en las ciudades turísticas (Acapulco, Zihuatanejo, Taxco, Cuernavaca, Cancún, Cd. México, Zacatecas, Pátzcuaro, etc)

Los acopiadores grandes no sabemos a ciencia cierta cuántos son pero incluyen a los cinco o seis grandes acaparadores de artesanías de la ciudad de México, algunas tiendas de autoservicio y algunos acaparadores del extranjero.

Los sombreros tienen su propia ruta. Se van a los centros de terminado, que son unos diez, en diferentes partes de la República (Tlapehuala, Guerrero; Sahuayo y Huandacareo, Michoacán; Tehuacán y Petalcingo, Puebla; Teocaltihte, Jalisco; San Francisco del Rincón, Guanajuato). En esas industrias se termina el producto y se entrega a los grandes vendedores a nivel nacional o internacional.

Consumidores finales cientos de campesinos, turistas y jóvenes norteros (country style).

10. Políticas, normas y leyes que impiden o facilitan el comercio de PFM

Legalmente la extracción de la palma es regulada por la Ley de Vida Silvestre y la Ley Forestal que exigen que las personas o comunidades que se encuentran involucradas en el aprovechamiento de PFM silvestres como la palma contraten a un prestador de servicios técnicos que les haga un estudio de las existencias y posibilidades de extracción y que tramite avisos de aprovechamiento, informando por escrito acerca de las tasas de extracción cada tres meses.

Según estas leyes también debe de comprobarse la procedencia de toda la palma que se transporta y almacena, mediante facturas.

En los hechos estas leyes no se han implementado y ninguna comunidad tiene legalizados sus aprovechamientos ni los movimientos de palma.

Existen rumores de que se va a ejercer la ley. De ser así provocará grandes problemas, ya que los ingresos por la palma son tan raquíticos que de ninguna forma permite a las comunidades pagar los gastos de un prestador de servicios técnicos para hacer los estudios y mucho menos los registros e informes trimestrales.

Las leyes mexicanas gravan la elaboración de sombreros de palma con un 12% de ISR (Impuesto Sobre la Renta).

El ingreso de productos de palma muy baratos provenientes de la China ha creado un ambiente de enorme competencia. Las políticas mexicanas se orientan a cada vez mayor apertura de mercados sin proteger a los productores nacionales.

11. Derechos de propiedad y formas de acceso al producto bajo estudio

La palma soyate es un recurso común de las comunidades de las regiones de la Montaña y de la Mixteca. Su empleo está documentado desde épocas prehispánicas. Sin embargo no existen registros de propiedad intelectual ni marcas comerciales en la Secretaría de Economía, al menos para Guerrero.

Las formas de acceso en las comunidades dependen de la tenencia de la tierra y pueden ser de acceso común en los ejidos y comunidades indígenas o de exclusividad en el caso de las propiedades privadas.

12. Replanteamiento de los factores de éxito o fracaso sobre la base de la veracidad

Ho 1. Los cambios en comercio de los PFM (ya sea incrementos o reducciones) tienen un mayor impacto sobre los recolectores pobres, los procesadores y los comerciantes que sobre otros grupos sociales.

En el caso de la palma soyate en Topiltepec, comunidad elegida para este estudio de caso, las familias recolectoras /tejedoras de palma representan más del 95%. Se trata de una comunidad clasificada por las estadísticas oficiales mexicanas como de alta marginación, es decir, muy pobre. Dentro de la estratificación de esa pobreza, identificamos tres niveles: en términos generales, los más pobres no tienen tierras y pocos animales y los más ricos tienen más tierras, animales, tiendas y algunos miembros han migrado por períodos largos. Las familias más pobres y las intermedias recolectan y tejen palma. Sólo algunas de las más ricas han dejado completamente esta actividad.

Los cambios en el comercio y en el precio afectan directamente a las familias sobre todo a las más pobres. Esto se hace evidente en los testimonios que expresan que hace 20 años el ingreso por la palma era suficiente para afrontar los gastos más inmediatos y cotidianos de la familia, que ahora no cubren para nada. Ahora la palma representa tan sólo una actividad de supervivencia, un modo de cubrir los gastos más elementales e inmediatos. No se puede pensar que la actividad, en su forma actual pueda permitir avances significativos en lo social ni en lo económico.

Sin embargo, por su gran abundancia, productividad y capacidad para ser extraído de manera sustentable, es un recurso que no implica endeudamientos y que está siempre disponible.

Ho2. Los cambios en el comercio de PFM tienen un mayor impacto en el sustento de las mujeres que sobre los hombres recolectores de PFM.

La recolección de palma es una actividad que involucra a toda la familia, aunque se concibe como actividad masculina, sobre todo si se trata de ir a parajes lejanos de la comunidad, pues en estas comunidades, "el monte no es para las mujeres solas". La preparación de la palma es sobre todo actividad de las mujeres así como el trenzado y la comercialización, y conforme se incrementa la migración se feminiza cada vez más la actividad, ya que las mujeres son las que se quedan en el pueblo, sobre todo cuando los hijos son pequeños.

La palma ofrece a muchas mujeres la única o más inmediata fuente de ingresos, aunque sean mínimos, con los que puede enfrentar los gastos cotidianos más esenciales como son el pago del molino diario, la compra de útiles escolares, refrescos y pan.

Cuando en la región se han introducido nuevas tecnologías para agregar valor a los productos de palma, caso de FIDEPAL y del Área de Artesanías de la Sanzekan Tinemi, estas casi siempre han involucrado a mujeres de manera mayoritaria. En algunos casos estos proyectos les han dado un nuevo papel a algunas mujeres, empoderando su lugar en la familia y en la región. En Topiltepec no ha habido proyectos de este tipo, pero sí en la región.

Ho 3. El aumento en la recolección (volumen comercializado) conduce, ya sea, a una sobre-explotación o domesticación de los PFNM bajo producción natural.

La sobreexplotación se expresa en una pérdida de calidad de la materia prima (hojas más pequeñas y mayor amanchonamiento). Esto ha llevado al agotamiento del recurso en algunas comunidades y a que las familias tengan que caminar cada vez más lejos para obtener material de calidad aceptable.

Por las características clonales y de lentísimo crecimiento no es una especie que se presta para la domesticación a nivel de cultivo, sin embargo, a lo largo de siglos de interacción se han desarrollado prácticas de manejo *in situ* para favorecer su productividad. El entendimiento de estas prácticas han permitido que se desarrolle un pionero plan de manejo de la palma en Topiltepec, como resultado del trabajo entre una organización no gubernamental y una organización campesina. Cabe señalar que el hecho de ser un recurso que genera tan pequeños ingresos había determinado que ninguna instancia de investigación oficial o académica le prestara demasiada atención anteriormente.

Los costos de implementación del plan de manejo sin embargo hacen difícil que este se generalice.

Ho 4. Los cambios en los volúmenes recolectados de los PFNM conducen a reducir el acceso o los derechos de los pobres sobre estos recursos.

La palma generalmente es un recurso de acceso común. Cuando se presenta una gran demanda y hay sobreexplotación, esto afecta por igual a todos los usuarios, pobres y más pobres.

Es en estos casos particularmente cuando cobran gran importancia las regulaciones comunitarias que inciden sobre la equidad y la sustentabilidad del recurso. Una comunidad puede prohibir que se venda la palma sin procesar o puede permitir la extracción solo en un día determinado del mes, por dar dos ejemplos de regulaciones, pero no podemos decir que los cambios en volúmenes lleguen a reducir el acceso de los más pobres.

Ho 5. El éxito en la comercialización de un PFNM sobre todo depende de: la existencia de un Mercado accesible; la demanda potencial; el acceso de los productores, procesadores y comerciantes a la información de mercado (precios, demanda compradores,

El mercado local y regional es muy vigoroso. La demanda es grande y constante y las redes de comercialización están bien establecidas desde hace muchos años. La comunicación entre ellos es buena y se puede decir que la comercialización es exitosa en la medida en que se mantiene. Lo que muestran los testimonios es que el precio no se ha incrementado acorde al incremento del precio de la vida y esto afecta severamente a toda la cadena.

Ho 6. La competitividad de los productores / recolectores, procesadores y comercializadores pobres de PFGM dependen críticamente de: el número de demandantes y oferentes, el ejercicio de poder en el Mercado, las barreras al ingreso y el grado de integración vertical y horizontal

El ingreso bruto es menor que los costos de elaboración de cinta, si se toma en cuenta el valor de la materia prima y de la leña que se usa para prepararla.

La distribución de las ganancias es relativamente equitativa--a todos les va mal; a todos se les paga muy poco. No se valora el precio real de la materia prima, ni la leña, ni el trabajo invertido para la producción de la cinta ni para su acopio.

La oferta regional es de unos 400,000 ton de palma por año. La demanda es más o menos igual a la oferta, pero cada año, hacia septiembre hay gran sobreoferta, pues es la época de escasez de alimentos, antes de la cosecha del maíz.

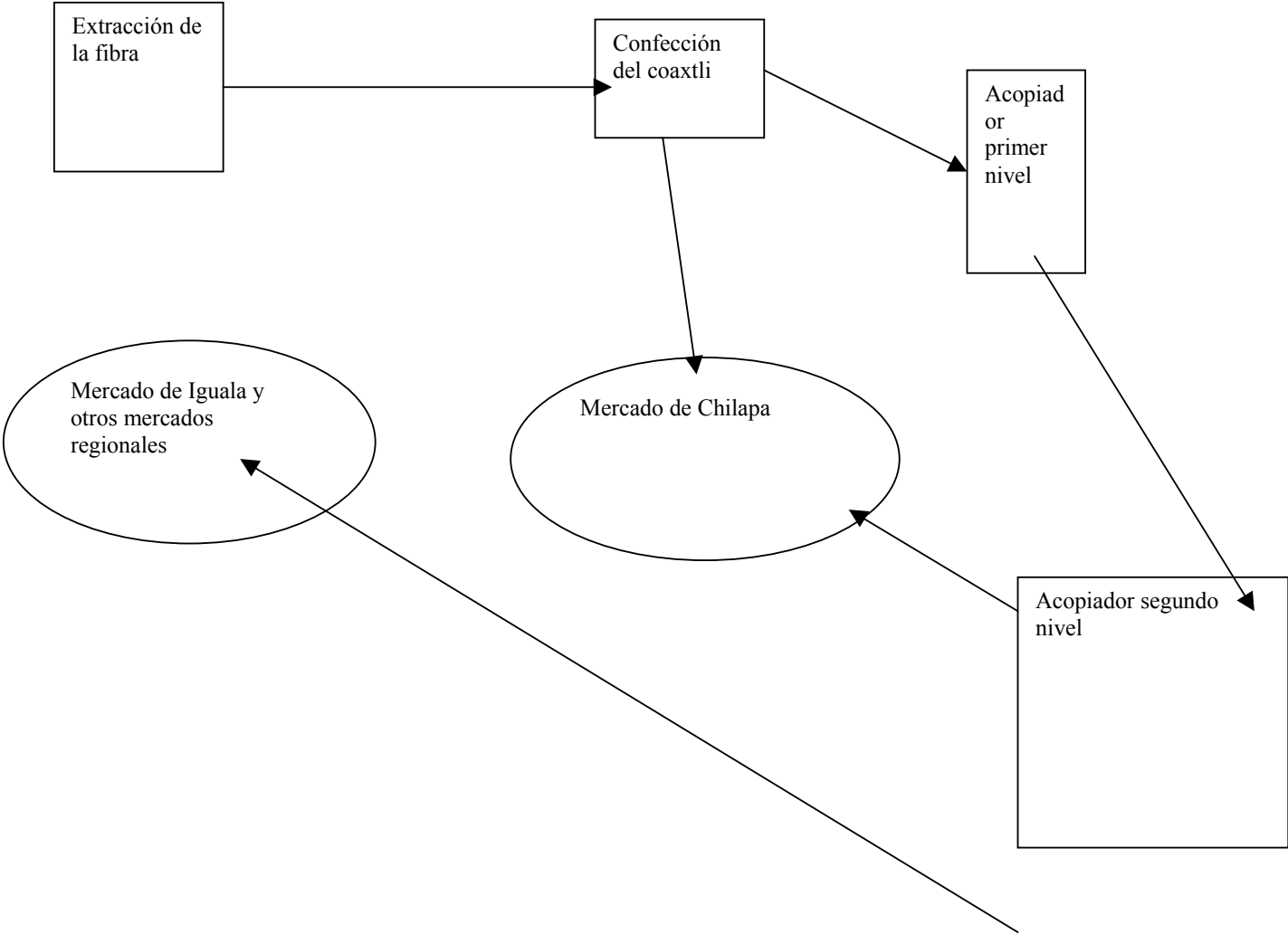
El precio ha venido aumentando lentamente cada año durante los últimos 7 años al menos. En 1997 se pagaba a \$1.20 el rollo de 20 m de cinta sencilla; en 2002 a \$1.40 o \$1.50. Generalmente se paga en efectivo a lo largo de la cadena.

Los primeros intermediarios, que acopian cinta en la región y la entregan a los transformadores tienen ganancias de \$2,000 a \$5,000 por mes, dependiendo de los volúmenes y de los recursos y condiciones con las que cuentan. Los grandes transformadores, por ejemplo, fabricantes/exportadores de sombrero, dado los enormes volúmenes que manejan han logrado cambiar su estatus económico para tener las mejores casas de la región y tener ganancias que los distinguen en la región.

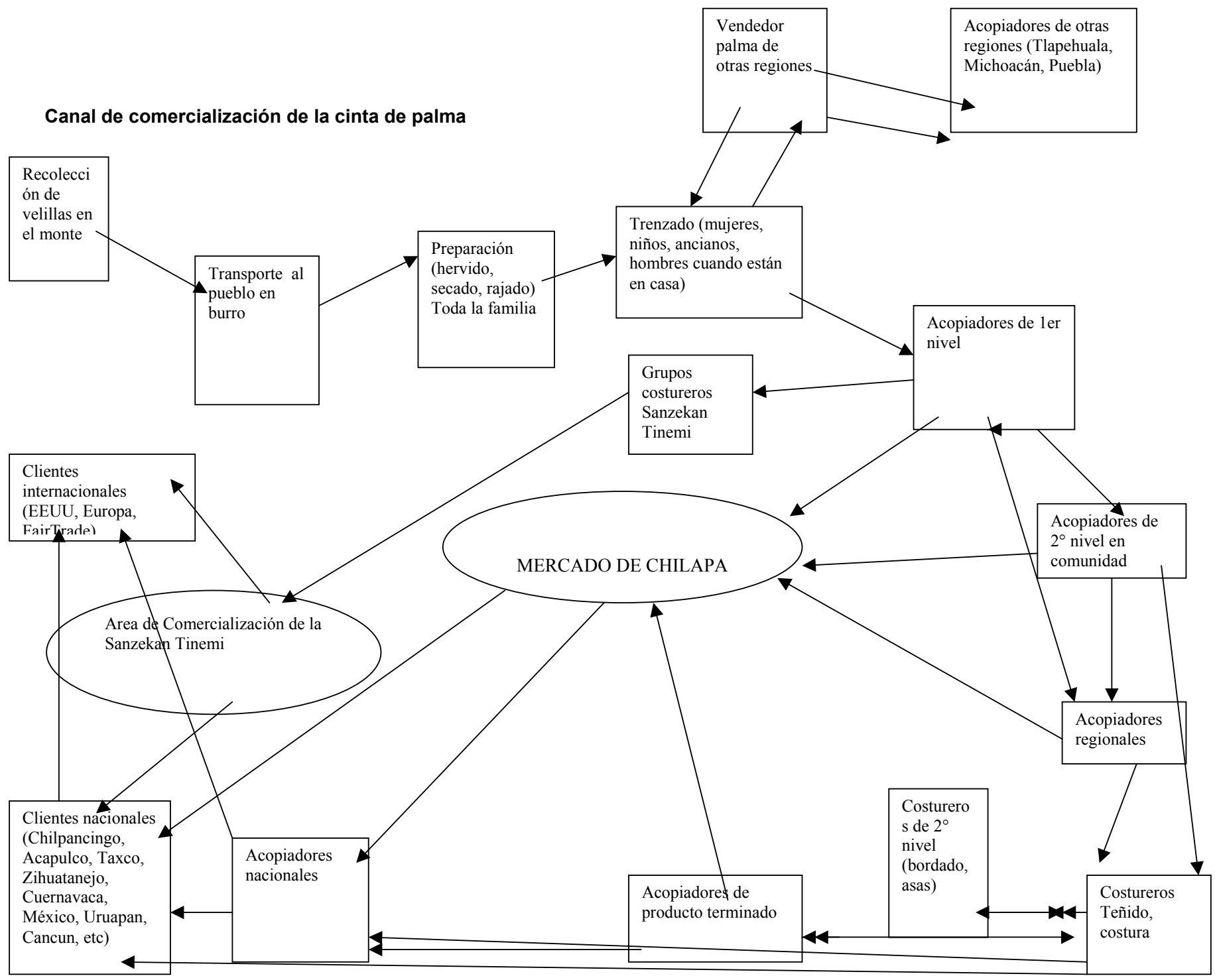
Cada vez más los sombreros se terminan en EEUU y regresan con un sobreprecio a México, por lo que las ganancias parecen estarse quedando en el final de esa cadena.

Las instituciones oficiales han intentado regular el mercado de la palma, sobre todo en tiempos de Echeverría cuando se creó el Fidepal, que quebró por corrupción y burocracia. En la década de los años 90 apareció el Área de Comercialización de la Sanzeka que ha realizado intentos por hacer una comercialización más justa de los productos, pero no ha logrado mover más del 5% de la producción regional.

Canal de comercialización del coaxtli



Canal de comercialización de la cinta de palma



Canal de comercialización del sombrero de vuelta y vuelta de Tlapehuala

