

Chiapas exportando pimienta gorda

Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz, SCL

por Artemio Reyes Martínez

Introducción

En el municipio de Copainala, al noreste de Tuxtla Gutiérrez en el estado de Chiapas, se ubican las instalaciones de la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL, organización pionera y exitosa en la producción, acopio y comercialización de pimienta gorda mexicana en el Estado.

Desde su conformación legal en 1984, la pimienta es un recurso que los integrantes de la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL han sabido aprovechar. La producción de pimienta de socios y productores libres, que ofrece al mercado, proviene de huertas de cultivo de cafetales bajo sombra en pequeñas superficies donde la pimienta forma parte junto con otro tipo de árboles. También proviene de superficies irregulares de bosque secundario, donde los árboles de pimienta han crecido en forma silvestre.

Como figura asociativa, la constitución legal de la Organización respondió a una política gubernamental de impulso a la creación de asociaciones agrícolas de productores, en particular de sociedades cooperativas de producción. Esta fue una oportunidad que aprovecharon sus socios fundadores. Debido al interés por vender pimienta a un mejor precio y buscar mejores canales de comercialización para romper con el intermediarismo que enfrentaban y los bajos precios que ofrecían, ampliaron sus objetivos a exportar directamente su producción de pimienta. Sostuvieron contacto y establecieron un vínculo con otra relevante organización en el ámbito de las organizaciones campesinas cafetaleras, la Tosepan Titatanikse, así como con diversos compradores nacionales e instituciones gubernamentales, que han contribuido al crecimiento sostenido de Pimienta Jotiquetz.

En el presente documento se detalla el contexto en el que surge dicha cooperativa, la estrategia implementada por sus socios ante la problemática del mercado nacional, así como las innovaciones que han aplicado a través del tiempo, mismas que están a punto de permitirle

SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PESCA Y ALIMENTACIÓN



75 AÑOS DE INNOVACIÓN PARA UNA
AGRICULTURA MÁS PRODUCTIVA,
SUSTENTABLE E INCLUYENTE
EN LAS AMÉRICAS



la exportación de pimienta gorda allspice orgánica a dos mercados altamente competitivos: EUA y Japón.

Antecedentes de la Organización

La especia 'pimienta gorda' es un fruto seco proveniente de pequeñas flores de un árbol, de nombre científico *Pimenta dioica* Lippia Merrill, siempre verde, que puede llegar a medir de 6 a 20 metros de altura con un tronco de 20 a 50 centímetros de diámetro de copa redondeada o irregular. Sus flores blanquecinas y aromáticas de 8 a 10 milímetros de diámetro, se presentan en un tallo que se ramifica, dando una inflorescencia en el extremo de las ramas.

Es una especie nativa de Mesoamérica (México y Centroamérica). También se encuentra de forma natural en Cuba, Jamaica, las Antillas Mayores y el norte de Sudamérica. Es ampliamente cultivada y naturalizada en varias partes del mundo, como Sri Lanka y Singapur.

En México se encuentra preferentemente en la vertiente del Golfo, desde el norte de Puebla y Veracruz hasta el sur de la Península de Yucatán y planicie costera del sureste, formando parte del estrato medio o inferior en la composición de selvas medianas tropicales en climas de tipo cálido húmedos y subhúmedos con lluvias todo el año.

En Chiapas, particularmente, prospera sobre suelos arcillosos, derivados de margas calcáreas ubicados en amplias zonas de vegetación natural tropical perennifolia o sub perennifolia. El fruto seco ha sido utilizado desde hace mucho tiempo por distintas comunidades indígenas como preservador de carne y como condimento en la preparación de comidas. Es también fuente de ingresos complementarios en las familias, como ocurre en los municipios de Copainala, Tecpatan, Ocoatepec, Francisco León, Ixtacomitán, Ixhuitán, Chapultenango y Coapilla.

En el año 1983, campesinos indígenas zoques deciden organizarse para conformar una sociedad cooperativa. Inició con 42 integrantes, comuneros del ejido Bienes Comunales de Copainala, Chiapas. Pero no es sino hasta 1984 que queda conformada legalmente la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz S.C.L. cuya principal actividad es la producción y comercialización de pimienta gorda.

Varios de sus socios fundadores provenían de una organización más antigua, denominada Moki (que significa pimienta en zoque), fundada en los setenta en la Ribera Miguel Hidalgo, municipio de Copainala (Fernández Z. 2002), la cual había sido auspiciada por el Instituto Na-

cional Indigenista (INI). El argumento que motivó a los comuneros a abandonar la Moki, fue la corrupción de sus representantes.

En la búsqueda de apoyos para comercializar la pimienta que cosechaban, en 1985 conocen al Ing. Abelardo Medina Villar de la SAGARPA, quien les ayuda y asesora. Así nos lo explica García: “cómo iban a trabajar, llegaba a hacer reunión con ellos los domingos. Él es originario del estado de Tlaxcala y en unas vacaciones pasando por Puebla conoció a una organización de productores de pimienta, entonces contacta al Consejo de Administración y se van a Puebla a ver cómo estaban trabajando y los de la organización de Puebla nos platicaron de cómo ellos estaban trabajando y les transmitieron su experiencia en la producción y en la comercialización (García I. entrevista febrero 2017).

Esta organización era la reconocida organización cafetalera “Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske”, quienes de manera inmediata acudieron a visitar a los integrantes de Pimienta Jotiquetz S. C. L. al municipio de Copainala para entablar contacto directo, conocerlos y generar acuerdos en torno a la pimienta.

De 1986 a 1988 la Tosepan apoyó a P. Jotiquetz en la comercialización de pimienta con financiamiento mediante un acuerdo de adelanto a la cosecha, en función de la estimación de la producción, 15 toneladas en ese entonces. Se entregaba la pimienta y una vez que la Tosepan la comercializaba, ésta enviaba el remanente de la diferencia del precio acordado por el adelanto y el precio al que vendió. Para 1987 se hizo el mismo trato pero ya con 20 toneladas y volvieron a tener buenos resultados, recibiendo un remanente. Sin embargo, para 1988 la Tosepan tuvo problemas con la comercialización, pues sólo lograron vender al precio acordado para el financiamiento por lo que ese año ya no enviaron remanente. Esta situación no fue informada en su momento a Pimienta Jotiquetz SCL, el tiempo pasó y llegó la cosecha de 1989, que coincide con el cambio de directiva. Por otro lado, el número de socios fundadores pasó de 42 a 28 miembros.

Ante ambas situaciones el recién conformado Consejo de Administración (1989 – 1992), decide comenzar de nuevo, retomando el sistema que tenían al inicio de su conformación: recibió la pimienta a consignación, (cuando la vendieran les pagarían a los socios), todos estuvieron de acuerdo, pues el objetivo era sostener la organización.

“Entonces ese año acopiaron la producción, pero de 22 toneladas que habían recibido el año anterior, ahora recibían solo 5 ton y volvieron a vender con don Oscar López, cuando cobraron les pagaron a sus socios” (García I. entrevista febrero 2017).

Esta condición motivó que la directiva de Pimienta Jotiquetz SCL buscara apoyo en el Centro Coordinador Indigenista de Copainala del Instituto Nacional Indigenista (INI) para la comercialización de su pimienta. Su petición de apoyo, tuvo cierta resistencia inicial de los funcionarios, pues argumentaron que estaban ya apoyando a otra organización local de pimenteros, pero lograron convencerlos y programaron reuniones con los socios, demostrándoles que efectivamente eran productores de pimienta.

El primer apoyo que recibieron del INI, fue un crédito por 30,000.00 que les sirvió para acopiar el producto de ese año (1990), pagaron el crédito y obtuvieron una utilidad de 5,000.00 a partir de este apoyo el INI les fue incrementando los montos. Su segundo apoyo fue de 60,000.00, luego de 90,000.00. Para 1993 la organización accedió a un crédito de 240,000.00 como apoyo para llevar a cabo el acopio de pimienta.

Al final del sexenio salinista, se autoriza que a todas las organizaciones que trabajaron con el INI y que pagaron bien sus créditos, les transfirieran los recursos con los que estaban trabajando, por lo que ellos recibieron los 240,000.00. Monto que les serviría para capitalizarse y continuar con la compra de pimienta.

También en 1993, hacen una solicitud al INI para la construcción de una bodega, la cual fue autorizada en octubre de 1993, hecho que motivó la discusión al interior de la organización. Existía el rechazo a aceptar el apoyo, ya que los recursos debían de comprobarse antes de finalizar el año y además no tenían el terreno donde instalar la bodega.

La reflexión los condujo finalmente a emplear parte de su capital en la compra de un terreno para instalar ahí la bodega que les había sido autorizada. Por lo que en diciembre de 1993 se inicia la construcción de su bodega, contando además con un capital de 190,000.00 para la compra de pimienta. Este fue el último año que el INI apoyó a Pimienta Jotiquetz SCL.

Durante este lapso de tiempo, la cooperativa también obtuvo del INI apoyo para la búsqueda de compradores nacionales de pimienta en la ciudad de México. En Copainala antes no había teléfono, fax, computadoras, telégrafos, ni teléfono público, para contactar a los clientes. Acudían a las oficinas del INI en Tuxtla Gutiérrez, recibían recados y les permitían hablar por teléfono, así, hacían los tratos con los compradores directamente, eliminando los intermediarios. Algunos de sus compradores fueron la empresa Tecnot que estaba en la Ciudad de México, Tae S A de CV, Mercaderes del Sur que estaba en Xalapa,

Veracruz.

En 1995, Pimienta Jotiquetz enfrenta una situación de conflicto, suscitada por el liderazgo negativo de un socio, quien incitó a los socios a no pagar sus deudas contraídas con la cooperativa, con el argumento de la existencia de apoyos gubernamentales a fondo perdido. Pretendiendo la disolución y liquidación de la cooperativa, al repartirse el capital y la infraestructura entre los socios. El conflicto fue resuelto por la directiva con apoyo del presidente fundador, aunque motivó la existencia de un grupo de ex socios deudores (Fernández Z. 2004).

Desde su integración misma, los representantes de Pimienta Jotiquetz se han visto enfrentados a conciliar los objetivos de generar ganancias y servicios para los agremiados y generar ganancias para fortalecer a la cooperativa misma. Situación que colocó de 2000 al 2004 a Pimienta Jotiquetz en un camino de descapitalización (Fernández Z. 2004). Del que paulatinamente se repuso, buscando apoyos institucionales, que le permitieran continuar creciendo.

Así en 2002 la cooperativa recibió “un crédito por 50,000.00 del FON-AES, luego fue subiendo. En el 2005 nos apoyó con capital de trabajo, y al final se capitalizo todo el apoyo, y es con eso con lo que estamos trabajando” (García M. entrevista febrero 2017).

La producción de pimienta orgánica

En su constante búsqueda del mejoramiento de precios de la pimienta y a raíz de una invitación de la Secretaria del Campo del estado de Chiapas, en 2005 inician un proceso de certificación con Certificadora Mexicana de Procesos y Productos Ecológicos S.C. (CERTIMEX), para la producción y comercialización de pimienta orgánica, la cual concretan en 2007 y han mantenido hasta la fecha.

En 2014, nuevamente acceden a un apoyo de garantía líquida por 400,000.00 con el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) y de 800,000.00 de la SOFOM, Financiado el Desarrollo del Campo (FINDECA). Apoyo que emplean para pagar el precio de anticipo, que se haya fijado pagar en asamblea de socios, en este año se acopian 60 toneladas de pimienta de 30 socios que producen pimienta con manejo orgánico y de 100-120 productores que producen pimienta convencional, todos ubicados en las localidades de Chilpancingo, Notzipac, Cordillera de Copainala, San Vicente, Miguel Hidalgo, Tuñagen, General Sandino, Francisco Sarabia, Benito Juárez, Morelos, San Antonio, Guadalupe y Campeche del municipio de Copainala, y de los municipios de Tecpatan y Ocoatepec.

La pimienta de “Pimienta Jotiquetz”

Actualmente la organización se encuentra conformada por 30 socios titulares, y tiene como actividad principal la producción y comercialización de pimienta con calidad de exportación, reconocida internacionalmente como allspice piment, que se deriva del olor y sabor parecido a una mezcla de clavo, nuez moscada, canela y pimienta negra.

El mayor volumen de ventas se comercializa en sacos blancos de polietileno de 50 kg de pimienta seca sin granos quebrados, libre de mohos y granos maduros, a compradores de los estados de Veracruz, Querétaro y Guadalajara, como NH Mercado Global, Mexagron, Frutos Mexicanos e IMCO. Los compradores de la cooperativa envían su transporte y la organización sólo se encarga del flete, los cargadores y de repesar la carga.

Estas empresas compran a Pimienta Jotiquetz por el volumen de venta que ofertan, por la calidad de aroma y mayor cantidad de aceite que poseen los frutos secos comercializados. lo que ocasionó que IMCO se establezca en la región durante 1 mes o mes y medio, en el periodo de cosecha.

IMCO, era uno de los clientes fuertes de Pimienta Jotiquetz pero a raíz de su establecimiento temporal en la cabecera municipal de Copainala, y del bajo precio que ofrece pagar a los productores, la cooperativo ha buscado nuevos clientes, que le ofrezcan mejores precios de compra (García M. entrevista 2017). Un pequeño volumen de pimienta, la comercializa envasada en presentaciones de frasco y bolsas plásticas con la marca Pimez.

La importancia regional de la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz

En su búsqueda de mejores precios y la venta directa de su producción, paulatinamente y sin proponérselo, la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz, se ha convertido en la región del Mezcalapa en una reguladora de precios, (entre) ante los intermediarios locales y regionales y nacionales de pimienta.

Sin embargo en 2015, IMCO se estableció en la región, pagando sobrepagos a los productores de pimienta: el precio de la pimienta se cotizó en 40.00 en el ámbito nacional pero ellos pagaron en Copainala, 42.00 por kilogramo de pimienta sin limpiar, sin seleccionar. Ocasionando inconformidades en los productores y socios de Pimienta Jotiquetz, ya que su pimienta estaba limpia y seleccionada.

“Entonces los últimos tres años ha estado complicado, porque tenemos

que ver como remediar eso. Si sabemos que ellos compran mucha pimienta verde, entonces sabiendo eso, nosotros decidimos no comprar pimienta verde. Pero ya teníamos un antecedente de eso, la intención es que nosotros desaparezcamos, ellos ven el pago actual de la pimienta, como una inversión, porque luego van a establecer los precios que quieran para recuperarse” (García M. entrevista febrero 2017).

Otros emprendimientos

Pimienta Jotiquetz, ha desarrollado paulatinamente otras actividades vinculadas al ecosistema en el que produce la pimienta, como la producción de miel, envasada en presentaciones de 1000, 500 y 330 gramos, comercializadas con la marca comercial Weni, que proviene de apiarios que pertenecen a la cooperativa. Y ha fortalecido su producción de café, generando valor agregado, al comercializarlo tostado y molido en diferentes presentaciones con las marcas Biozoque y Jotiquetz en presentaciones de 500 y 1000 grms. Así mismo por acuerdo de asamblea, se realizó una alianza comercial con un grupo de productores de zarzamora del municipio de Coapilla a los cuales la cooperativa les compra vino y licor, para luego envasar y vender con la marca de Pimienta Jotiquetz.

En busca de la exportación

Los directivos actuales mantienen su interés y el sueño de sus socios y directivos fundadores, es decir, exportar su pimienta, por ello han buscado mantener su vínculo con la organización Tosepan Titataniske, quien los encaminó a la comercialización, y con la que mantiene una relación comercial desde el año de 1986 hasta el año anterior (2016), ya que además de comprarle pimienta a la cooperativa, la Tosepan les proporciona información de mercado, principalmente lo relacionado con los precios a “futuro” de la pimienta, a partir de datos históricos e información actual. También les brindan información sobre posibles clientes.

En 2016 iniciaron el contacto directo con una empresa importadora de pimienta de Reno en Nevada, Estados Unidos; con la cual inician la comunicación a partir de 10 ton de pimienta que recibieron de un comercializador mexicano al que la cooperativa le vendió. De esto se deriva que ahora la empresa de USA quiere tener el vínculo directo y que sea la cooperativa quien les venda los volúmenes que esta empresa requiere con un promedio 1 ton mensual.(García M. entrevista febrero 2017).

En Japón, se contactaron con una empresa distribuidora que vende a

su vez, a un cliente la pimienta. Ya enviaron muestras y están a la espera de los resultados de laboratorio.

Motivación para la innovación de la organización

Con el desplazamiento del consumo y uso de la panela por azúcar en la región, se deja de cultivar la caña de azúcar y la pimienta adquiere una mayor relevancia, pues siempre estuvo presente como un producto que representaba una opción que les permitía obtener otro tipo de productos, como pescado, camarón y carne que llegaban a vender pequeños comerciantes del municipio de Chiapas de Corzo. A través de intercambios (trueque) los zoques entregaban la pimienta por algunos de estos productos que estos comerciantes llevaban, siendo este el inicio del comercio de la pimienta.

“Hasta los años 70 el principal producto que se comercializaba en la región era la caña de azúcar, pero con la apertura de ingenios los productos de la caña ya no se comercializaban, igual la pimienta en esa época algunos hasta la tiraban o no la cosechaban, no la querían, pero cuando se dieron cuenta de que podían obtener alguna utilidad empezaron a cuidarla” (García M. entrevista febrero 2017)

A finales de los años 70, el Sr. Oscar López Camacho, inicia la comercialización de la pimienta, lo que incentiva su cosecha, sin embargo al ser el único comprador, controlaba los precios. Es decir, él establecía las reglas del mercado, establecía las calidades, marcaba los tiempos de compra y ponía los precios que quería.

Ante esta situación, de la existencia de un único intermediario y con el afán de buscar mercados alternos con mejores precios al de Don Oscar Camacho, varios ejidatarios de los bienes comunales de Copainala promovieron la creación de la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz. Aunque ya existía otra organización productora de pimienta promovida por la SARH en la Ribera Miguel Hidalgo, del municipio de Copainala, la cual no funcionó.

“la asociación no funciono de acuerdo a su objetivo que era la de comercializar el producto y de mejorar la condición de los productores. Entonces se organizaron y dijeron que esta organización no está trabajando como debería de trabajar por que seguían en manos de un intermediario, Don Oscar López Camacho que pagaba lo que quería y en otro año no quiso comprar pimienta, el maneja los precios” (García

I. entrevista febrero 2017).

Entonces dijeron “nosotros vamos a formar una cooperativa pero si vamos a buscar que se mejore el precio del producto, entonces en una asamblea general de bienes comunales, llegaba un licenciado que era de la Reforma Agraria, entonces dijo que él los asesoraba para que constituyan la sociedad y que lo mejor que podían formar era una Sociedad Cooperativa, entonces como en ese tiempo se tenía que pedir la anuencia de la asamblea de bienes comunales hicieron la solicitud y se formó la sociedad cooperativa. Y como era requisito se formó originalmente con 42 socios, porque debía de haber una cantidad considerable para que se formara” (García I. entrevista febrero 2017).

Los ejidatarios tenían la producción pero no sabían dónde venderla, pues siempre habían dependido de intermediarios regionales. Por ello retomando el ejemplo de la primera organización de ejidatarios organizados en torno a la pimienta en la región, emprendieron varias acciones, que los apoyaron a lograr su objetivo, de mejores precios para su pimienta cosechada.

a) Se constituyen como Sociedad Cooperativa e inician su búsqueda de un mejor precio.

Como figura asociativa, la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL, respondió a la política gubernamental de impulso a la creación de asociaciones agrícolas de productores, en particular de sociedades cooperativas de producción.

Esta fue una oportunidad que bien supieron aprovechar los socios que la integran, ante su necesidad de mejorar el precio de venta de la pimienta que cosechaban, proveniente de sus unidades de producción. La constitución legal fue asumida como un requisito para poder beneficiarse de apoyos gubernamentales, motivados por el deseo de mejorar el nivel y calidad de vida de los socios.

b) Construyen un liderazgo basado en valores

Con la organización conformada legalmente, comienza la búsqueda de socios comerciales y empieza el proceso de aprendizaje, que incluía la recepción de pimienta, embolsado, estibado, entrega del producto, búsqueda de apoyos en las instituciones y organización interna de los socios. Todo esto bajo la dirección y liderazgo del presidente y directiva fundadora, quienes compensaron sus limitadas habilidades en escritura y lectura con la aplicación permanente de valores, como la honestidad, responsabilidad, compromiso y trabajo.

“Don Hermenegildo, fue el primer presidente, no sabía leer pero él le echaba muchas ganas ya que se empezó a investigar e investigar y se empezó a vender con otros compradores. La primer venta se hizo con un vendedor de Ixtacomitán, que pago un precio mejor de lo que pagaba don Oscar López” (García J. entrevista febrero 2017).

“La mayoría de los socios de la organización trabaja con honradez, hay que actuar con lealtad, honestidad, responsabilidad. Actualmente es la única organización que tiene tanto tiempo en la región. Y la única que ha sobrevivido durante 32 años, organizaciones de pimienta en la región ha habido más de cuatro pero todas han desaparecido” (García J. entrevista febrero 2017).

Una premisa de los socios de Pimienta Jotiquetz, es no tener muchos socios, lo que quieren es tener calidad de personas como socios, porque muchas veces las personas son conflictivas solo miran que van a agarrar.

“hemos avanzado poco a poco pero si hemos avanzado en estos momentos estamos en cambio de directiva y pues estamos en incertidumbre de que va a pasar queremos que quede en manos de personas que también quieran seguir trabajando, porque a nosotros ya nos ha costado mucho cansancio, desvelado, sacrificios físicos porque cuando iniciamos no teníamos ni siquiera para un refresco ni para comida cuando salíamos” (García J. entrevista febrero 2017).

c) Buscan establecer contacto con organizaciones e instituciones gubernamentales vinculadas a la producción de pimienta.

Inician con la Tosepan, organización cafetalera del estado de Puebla, dedicada también a la producción de pimienta, la comercialización inicial de su pimienta. “El Consejo de Administración se van a Puebla a ver como estaban trabajando y los de la organización les platicaron de como ellos estaban trabajando y les transmitieron su experiencia en la producción y en la comercialización, con esto se invitó a mas productores, luego esta organización vino a Copainala, que están en Cuetzalan, Puebla. Y en la asamblea de bienes comunales se juntaron como 100 o 150 productores de la región para conocerlos, lo que se quería es que la gente se diera cuenta que como productores de pimienta no eran los únicos, que también hay otros compañeros que también están luchando”.

“A partir de esta reunión se generó confianza entre ambas sociedades, y les propusieron que la organización de Puebla les podría apoyar con financiamiento, adelantándoles dinero de acuerdo a la estimación de su cosecha, en ese primer año les enviaron dinero como para 15

toneladas de pimienta, cuando llego la cosecha se les entrego la pimienta para comercializar y ellos recuperaron su dinero y a los productores de Copainala les dieron el remante de las venta” (Garcia I. entrevista febrero 2017).

Se integraron a la hoy extinta, Coordinación de Fomento al Comercio Exterior. Y de 1984 a 1998 fue integrante de la Unión Nacional de Productores de Pimienta en la que participaban organizaciones de Tabasco, Oaxaca, Veracruz, Campeche, Puebla y Chiapas. Esta Unión se integró en 1983. Y les permitió ofrecer mayores volúmenes en conjunto al mercado internacional, mejorar la calidad de la pimienta mexicana y conseguir mayores precios.

Se acercan y logran sus primeros apoyos institucionales para la comercialización de pimienta con el INI, posteriormente con la Secretaria de Desarrollo Rural (SDR) del estado, participando en diferentes exposiciones para la promoción de sus productos.

Con el FONAES, acceden a apoyos de garantía liquida para la compra-venta de su producción de pimienta.

Actualmente se encuentran en gestión para acceder a un crédito con la Financiera Rural para incrementar su capacidad de acopio de pimienta, en el periodo de cosecha en la región.

d) Mejorar la calidad de su producto

Interesados permanentemente en la búsqueda de mejores precios, optaron por tomar la decisión de convertir y certificar su producción de pimienta como pimienta orgánica, para lograr sobrepuestos de venta, a través de CERTIMEX. Actividad en la que estuvieron de acuerdo todos los socios ya que “ellos siempre han tenido la convicción de la conservación del medio ambiente, de cuidar el agua, la fauna, cuidar los árboles, en eso están convencidos” (García M. entrevista febrero 2017).

Actualmente su superficie de producción orgánica se estima en 42 hectáreas, de la que obtienen un rendimiento que puede oscilar de 12 a 20 toneladas, dependiendo de las condiciones climáticas, pues en condiciones de calor o sequía el rendimiento ha disminuido, hasta las 10 toneladas.

En algunas ocasiones Pimienta Jotiquetz ha tenido que comercializar su pimienta orgánica como convencional, lo cual reduce su margen de ganancia, pues la certificación tiene un costo que es absorbido en su totalidad por el productor, aunado al hecho de que la diferencia de

precios que obtienen por producir pimienta orgánica con respecto a la convencional no es significativa.

d) Incrementar su capacidad de acopio de pimienta

Ante el paulatino incremento en su volumen de pimienta acopiada por un mayor número de compradores y la demanda de una mayor cantidad de pimienta convencional, los socios de Pimienta Jotiquetz SCL se abrieron a la opción de acopiar pimienta de productores libres, motivada igual por el apoyo que tenían del financiamiento por la banca privada con apalancamiento de instituciones públicas, para la compra del producto y con la ventaja de disponer de instalaciones e equipos que les facilita y asegura realizar el proceso de beneficio de acuerdo a los requerimientos del mercado.

f) De los socios

Actualmente está conformado por 30 socios de los cuales 7 son mujeres y 23 son hombres, todos productores de pimienta orgánica con manejo orgánico, el 70% de sus socios son adultos mayores, el 16.66% con edades de más de 50 años. Y el 13.3% son adultos jóvenes que son hijos de socios fundadores, y quienes juegan un papel primordial en la cooperativa. Con una experiencia de más de 10 años, son quienes forman parte del consejo directivo, y participan en alguna de las diferentes áreas que conforma el organigrama de la sociedad.

Identificación del problema y diseño de la solución

La toma de decisiones la hace la asamblea de socios a partir de las propuestas que son presentadas por el Consejo Directivo, el cual se reúne cada 15 días para revisar y analizar los trabajos realizados por el área directiva, que aún cuando son algunos de los integrantes del consejo directivo, quienes realizan los trabajos, estos deberán de informar quincenalmente en la reunión del consejo directivo.

Descripción de las innovaciones determinantes en el éxito exportador

Mantener una creciente actividad productiva ha implicado para los socios integrantes de la sociedad cooperativa Pimienta Jotiquetz, una serie de innovaciones que en su conjunto han contribuido a la permanencia de la cooperativa durante estos 32 años de vida que tienen en la región del Mezcalapa del estado de Chiapas. Las innovaciones se describen a continuación.

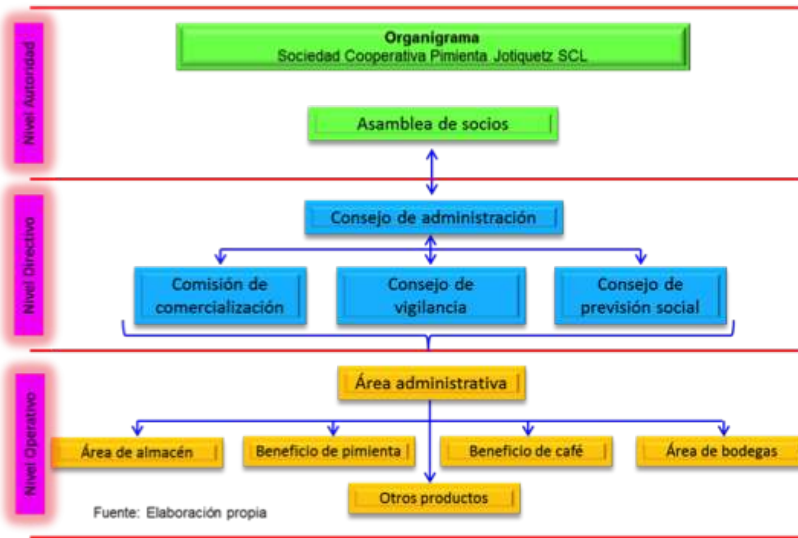


Figura 1. Organigrama de la empresa

Innovaciones de proceso

En su interés permanente por obtener mejores precios de venta de la pimienta seca acopiada y mejorar su calidad, promovieron una serie de cambios en el manejo agronómico de la pimienta, dando como resultado que estos cambios les permitiera obtener el Certificado de Producción Orgánica expedido por CERTIMEX. 5.1.1 Selección de semillas y establecimiento de viveros.

Selección de semillas.- “de árboles que tienen algunos socios que consideramos que es buena pimienta que es pimienta gruesa y que las plantas tienen buen rendimiento, así que le pedimos a estos socios tráiganos semillas maduras y ya nosotros aquí la seleccionamos, la secamos y hacemos el semillero en nuestros tiempos libres” (Núñez J. Entrevista 2017), la semilla se obtiene en los meses de junio y julio, se seca, se hace una selección y se guarda para llevarla al semillero en el tiempo que se programe.

Establecimiento de viveros.- Se hace semillero, se prepara el sustrato, se llenan bolsas de polipropileno, se coloca la malla sombra, se siembra las plántulas del semillero, se ubican las bolsas en camas de un metro de ancho por quince de largo. Y durante 24 meses se les dan los cuidados, como riegos y limpieza para obtener plantas de más de 50 cm de alto. El vivero se establece en los meses de Octubre

Plantación de pimienta

La plantación de la pimienta se realiza en los meses lluviosos que van

de junio a octubre, con plantas de más de 50 cm de altura. Se pueden establecer pasadas las lluvias, pero se deberán de considerar riegos de auxilio para la época seca que comprende los meses de Febrero a Mayo. Para la siembra se hacen cepas de 40 x 40 x 40 cm se agrega composta en la parte de abajo y se trasplanta, se apisona la tierra con un palo o con los pies para dar firmeza.

“En el vivero siempre hay plantas esto debido a que la organización tiene una visión de que la producción siga aumentando. Y por ejemplo si viene un productor libre y nos dice yo quiero sembrar plantas se las damos, si llega un productor y nos dice una planta se murió o se arrancó les decimos a bien ahí está el vivero pasa por una planta siémbrete otra, con los socios es gratis y con los libres tiene un costo de 15.00 ya grande por acuerdo de asamblea, porque lo que se quiere es que haya más producción en la región”. (Núñez J. Entrevista 2017)

Establecimiento de prácticas de manejo: Fertilización, malezas, podas

Fertilización: Se realiza a partir de composta hecha con los residuos de su misma parcela, que incluye los residuos del despicado, de la limpia de la pimienta y de restos del chapeo, en algunas ocasiones los socios pueden agregar estiércol de ganado bovino y ovino, el uso de cenizas y restos de vegetales. Con este material se hacen aplicaciones alrededor del árbol para proteger el suelo, mantener la humedad y brindar nutrientes a los árboles.

Control de malezas. El control de la maleza se hace manualmente, en toda el área de cultivo dejando al menos 10 cm de material vegetal, que sirva como protección al suelo con fin de disminuir la erosión. Este control se realiza de tres a cuatro veces al año dependiendo de la presencia de maleza.

Poda.- “La pimienta como se troncha año con año, ahí se aprovecha para que si una rama ya está mal se corta para que tenga brotes nuevos y es donde va a dar nueva fruta”. (Núñez J. Entrevista 2017). Además se recomienda que al menos una vez al año se realicen podas de sanidad donde se quitan ramas secas y si alguna rama presenta algún daño por plagas o enfermedades eliminarla para evitar su propagación.

Establecimiento de Prácticas de conservación de suelos.

Las prácticas de conservación del suelo están encaminadas a evitar que el suelo se erosione por efecto del aire y el agua, dando como beneficio una mayor estructura del suelo, mayor retención de agua y la conservación de sus nutrientes. En suelos donde las pendientes sean

mayores al 8%, es necesario recrear equieñas terrazas que se realizan con los mismos materiales de la región y zanjas que evitaren la pérdida de suelo. Las nuevas plantas que se vayan a sembrar deberán mantener un diseño de curvas de nivel.

Así mismo y aún cuando no forman parte de una práctica de conservación de suelo, se deberá de mantener limpio el terreno de plásticos (bolsas de todo tipo, etc.), botellas y fierros que contaminen el suelo.

Corte de pimienta: Tronchado, Despique.

Se realiza de tres a cuatro meses después de la floración, se cosecha verde, justo antes de que adquiera un color púrpura, generalmente se realiza en los meses de junio a agosto, las flores y frutos jóvenes son sensibles a lluvias, vientos fuertes, sequía y cambios de temperatura; por esto el tiempo de cosecha varía de un año a otro y de una localidad a otra.

La cosecha se realiza con mucho cuidado, el colector no debe romper las ramas con las inflorescencias pues ocasiona daños considerables a los árboles y puede provocar alternancias en los rendimientos por la severa defoliación que sufre el árbol; cuando es severa los árboles tardan de 2 a 3 años en reponerse. Para facilitar la recolección se utilizan ganchos para cortar las ramas más altas y tijeras de podar para ramas inferiores, de esta manera no se maltratan los árboles.

A esta actividad se le llama “Tronchado”, las inflorescencia caen en mantas puestas en el suelo que sirven para evitar pérdidas de granos y contaminación de estos al estar expuestos directamente al suelo.

Una vez “tronchado” se realiza el “despique” que consiste en desprender de las inflorescencias los granos de pimienta y evitar llevar ramas y hojas al área de secado.

Secado, limpia, embolsado

Una vez realizado el “despique” los granos verdes se llevan al área de secado, que se realiza principalmente en patios de cemento o en lonas con días soleados, se requieren de 4 a 5 días. Una vez seco, se limpia la pimienta quitando polvos, palitos, hojas y granos maduros, para esta actividad se usan sopladores manuales o ventiladores una vez limpia se embolsan en costales de plástico blanco con una capacidad de 50 kg y se almacenan para programar fechas de entrega.

Recepción / Acopio / Almacenamiento

En esta etapa se consideran dos tipos de granos a recibir. La primera,

es la pimienta que producen los socios que cumplen con todas las actividades antes mencionadas en las innovaciones de proceso y que tiene la Certificación de manejo orgánico, y la segunda es la pimienta que es producida de manera convencional por productos que no son socios de la cooperativa, pero que representa en volumen el doble de la cantidad de pimienta acopiada de los socios.

Recepción y almacenamiento de pimienta orgánica. Para iniciar el proceso de recepción de pimienta de los socios de Pimienta Jotiquetz SCL, se hace "en el mes de agosto y septiembre, pero un mes antes o menos se hace el recorrido para revisar la pimienta, se hace cuando el socio pide que se la revisen. A veces sube la camioneta, pero antes de subir se debió revisar toda la cosecha. Que es abrir todos los sacos que están estibados, checar todo el producto" "hay socios que no tienen tanto, hay socios que acostumbran a entregar todo completo, empieza la cosecha a cortar a cortar a limpiar, luego escogido, hasta que lo tienen limpio y entregan todo. Y hay socios que no" (García M. M. Entrevista Febrero 2017).

Para la recepción a los socios se programan recorridos y se recoge en sus casas, algunos socios que requieren dinero para continuar con los trabajos de cosecha llegan a entregar de 50 o 100 kg en las bodegas de Pimienta Jotiquetz.

La recepción incluye el pesaje del producto, en presencia del socio, en básculas calibradas, una vez realizado el pesaje, el producto entra al almacén y se estiba en la zona establecida para pimienta con certificado orgánico.

Recepción y almacenamiento de pimienta convencional.- La recepción de pimienta convencional puede realizarse de dos maneras en verde o en seco.

Recepción en verde.- La pimienta se recibe en verde, se pesa y se acuerda el pago al productor, posteriormente se manda al área de secado que puede realizarse al sol o en la secadora con la que cuenta la cooperativa, su uso dependerá del clima. Después del secado se realiza el limpiado el cual se llevaba a cabo en la máquina limpiadora y se finaliza con una revisada manual para sacar los granos maduros. Una vez limpia se embolsa y se lleva al almacén en el área destinada a grano convencional.

Recepción en seco.- La pimienta seca se pesa y revisa "nos piden que este seca pero no sabemos qué porcentaje, nosotros la vemos de manera manual, que es revisar la semilla que este bien seca y dura y una vez que la pimienta ya no se calienta dentro del saco y suene es cuando



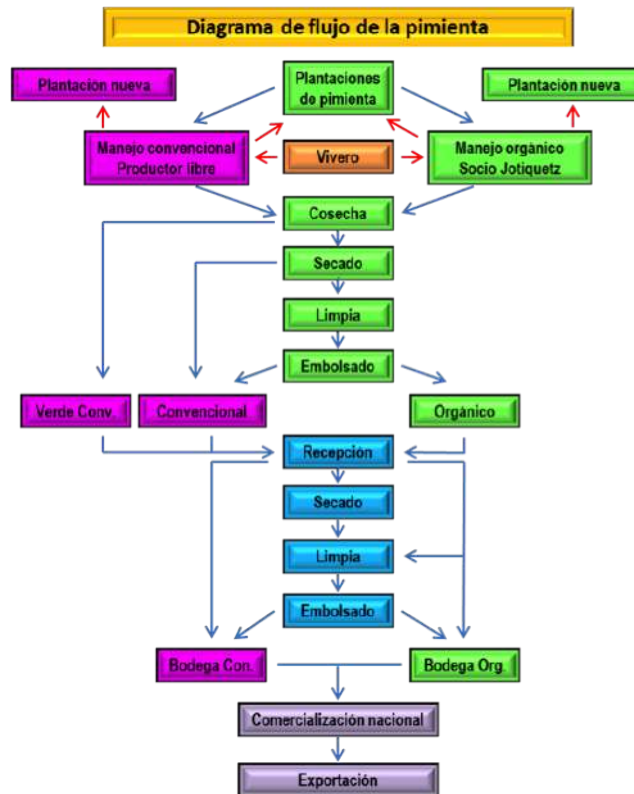
Figura: Recepción de pimienta orgánica



esta buena. Esta prueba se hace durante unos dos o tres días “se mete la mano y si no se calienta ya esta buena” tiene que estar fresco, si se calienta es porque tiene humedad, el comprador no hace eso solo nosotros ellos solo meten los caladores, la muerden y checan. Nosotros igual revisamos la semilla porque a veces puede ser así como “chin chin” porque la semilla se desprendió pero esta verde. Y esa si se guarda se enmohece y se calienta, por lo que esa si hay que ponerla en el patio de secado”. (García M. M. Entrevista Febrero 2017).

Una vez que la pimienta esta seca se pasa a la maquina limpiadora, se quita manualmente los granos maduros, una vez limpia se embolsa y se lleva al almacén en el área destinada a grano convencional.

A continuación se presenta el diagrama de flujo para pimienta con manejo orgánico y pimienta convencional.



Fuente: Elaboración propia

Innovaciones de mercadotecnia

Alianzas estratégicas con otras organizaciones.

Desde su conformación Pimienta Jotiquetz ha buscado tejer alianzas con otras organizaciones de productores y comercializadores. En sus inicios trabajaron conjuntamente con la Unión Nacional de Productores de Pimienta, con la cual promovieron acciones tendientes a reconocer a la pimienta como un cultivo agrícola y dejara de ser considerada como un producto silvícola, lo que les ocasionaba muchas limitantes para su comercialización y gastos por el pago de estudios de impacto ambiental.

En paralelo se construyó una relación de apoyo con la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske, con la cual establecen acuerdos comerciales de compra de pimienta en los años 80's. Acuerdos que han cambiado con el tiempo, pero que actualmente aún conservan la relación comercial. NH Mercado Global es una empresa exportadora de pimienta con la cual se comercializa pimienta desde el 2005 y a la fecha se le entrega hasta el 30% del acopio de Pimienta Jotiquetz.

Estas alianzas comerciales permiten a Pimienta Jotiquetz establecer precios de anticipo a sus socios, los cuales se establecen antes de iniciar la cosecha pero que se establecen con la información que ambas organizaciones proporcionan a Jotiquetz, sobre cómo se comportó, cómo se encuentra en la actualidad y qué se espera del comportamiento de precios de pimienta y que les permita generar precios de anticipo para disminuir riesgos de establecer un precio por encima de los que el mercado realmente pueda pagar.

Otra alianza estratégica que la cooperativa realizó fue la constitución de la Comercializadora Manos Unidas de Chiapas Unión de Cooperativas de Responsabilidad Limitada y de Capital Variable, en el año del 2014, la cual esta conformada por 4 OSSE: Industrias Alimenticias Yomax S.C. de R.L. de C.V.; Tejidos y Bordados Herso S.C. de R.L. de C.V. y Art-Text El arte Chiapaneco en Textiles S.C. de R.L. de C.V. que representan a 59 socios. Esta alianza surgió con el objetivo de poder establecer un punto de venta para vincular la producción de las 4 cooperativas y de al menos otras 10 empresas sociales más, este punto de venta se localiza en la carretera Tuxtla Gutiérrez – Aeropuerto km. 6, donde cuentan con un local comercial que distribuye productos artesanales provenientes de 10 municipios, elaborados por 195 familias y donde Pimienta Jotiquetz distribuye principalmente pimienta en frasco de 40 gr entera o molida.

Establecimiento de "Apoyo a la producción".

Este "apoyo a la producción" es un adelanto en efectivo, que se hace a un socio "legal, considerado o productor libre" y corresponde al 50% del estimado de cosecha que el consejo de administración realizó multiplicado por el precio de anticipo que la asamblea autorizó, este apoyo se da en efectivo y el objetivo es que pueda servir para que el socio amortice los costos de cosecha, como es el pago de salarios de las actividades de cosecha.

El compromiso es que el socio deberá entregar (en especie) el volumen de pimienta por el cual se determinó el "apoyo a la producción", si quisiera devolver el "apoyo" en efectivo, deberá de pagar un interés determinado por la asamblea sobre el monto recibido.

Innovaciones de organización

Conformación de la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL

Si bien es cierto, pues así lo han manifestado los socios, la conformación de la cooperativa, fue un requisito para poder acceder a apoyos gubernamentales. Este ha sido un cambio que aceptaron, y asumieron llevando a cabo lo estipulado en la Ley de Sociedades Cooperativas.

Los socios fundadores en su mayoría fueron (algunos ya fallecidos) productores de pimienta, que buscaron y encontraron canales de comercialización, tramitaron y obtuvieron apoyos para el acopio y la comercialización, y solicitaron apoyos para infraestructura y equipos que se conservan en buen estado y en funcionamiento. Contando además, con capital y líneas de crédito para el acopio de pimienta orgánica y convencional.

La cooperativa se conformó legalmente el 03 de septiembre de 1984 con 42 socios, durante este tiempo han tenido 7 consejos de administración. Actualmente cuentan con 30 socios (7 mujeres y 23 hombres), el 70% de los socios son personas de la tercera edad, comercializan 20 ton de pimienta con certificado orgánico, acopian y comercializan 40 ton de pimienta convencional beneficiando a más de 150 productores de 5 municipios de la región del mezcalapa. 5.3.2 Mecanismos internos de control de la Sociedad.-

Compromisos de entrega de producción.- Todos los socios legales tienen el compromiso y obligación de entregar a la cooperativa la cosecha que hayan obtenido de sus parcelas, así como de cumplir con los requisitos para obtener el certificado de manejo orgánico, garantizando la entrega de 20 ton. promedio anual de pimienta con certificado de

manejo orgánico.

Tipos de socios: La asamblea determinó los requisitos que todo productor debe de cumplir para poder aspirar a ser socio legal de la cooperativa, buscando disminuir el riesgo de ingreso de personas que no compartan las ideas de trabajo y los compromisos que genera ser parte de Pimienta Jotiquetz, por lo de acuerdo a estas primicias se existe la siguiente clasificación.

Tipo	Derechos	Obligaciones	Ventajas
Titulares	<ul style="list-style-type: none"> Ø Recibir anticipo para financiar la cosecha. Ø La compra de su producto. Ø Mejor precio inicial que el de los acaparadores. Ø Recibir el remanente una vez que la producción haya sido comercializada a un precio más favorable. Ø Beneficiarse de todos los apoyos otorgados por el gobierno o gestionados ante él. Ø Informarse y participar de los programas de gobierno dirigidos a campesinos a través de la organización. Ø Recibir préstamos en dinero en caso de necesidad, sin pagar intereses. Ø Utilizar las instalaciones para eventos sociales. Ø Recibir el servicio del camión de 3 ton. gratuitamente. Ø Voz y voto en la asamblea. 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Vender todo su producto a la cooperativa Ø Dejar un porcentaje de su ganancia para la cooperativa. Ø Pagar una cuota al ingresar a la cooperativa. Ø Asistir a todas las juntas y asambleas ordinarias y extraordinarias. Ø Aceptar la designación para cualquier cargo, que sea propuesto, en el consejo directivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Se les da primicia en todos los beneficios Fidelidad en el pesaje
Considerados	<ul style="list-style-type: none"> Ø Todos los de los legales, excepto el último. Ø Voz pero no voto en las asambleas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Todas las de los titulares: estar a prueba durante dos años. 	<ul style="list-style-type: none"> Fidelidad en el pesaje
Productores libres	<ul style="list-style-type: none"> Ø Recibir anticipo para financiar la cosecha. Ø La compra de su producto. Ø Mejor precio que el de los acaparadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Vender el producto a la cooperativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Fidelidad en el pesaje.

Fuente: Fernández Z. P. 2004.

La apropiación de la organización por parte de los socios y las experiencias que han ocurrido en torno a esta, han generado, la búsqueda de mecanismos rotativos. Es decir, se busca que los directivos pasen por los diferentes cargos en la cooperativa, para que se formen y aprendan antes de acceder a la presidencia del Consejo de Administración, garantizando que las personas que ocupen los puestos de dirección cuenten con la experiencia suficiente que les brindan los anteriores cargos y disminuya el riesgo de malas toma de decisiones o que pretenda buscar el beneficio propio.

Innovaciones de producto

Pimienta en frasco 40 grms entera y molida.

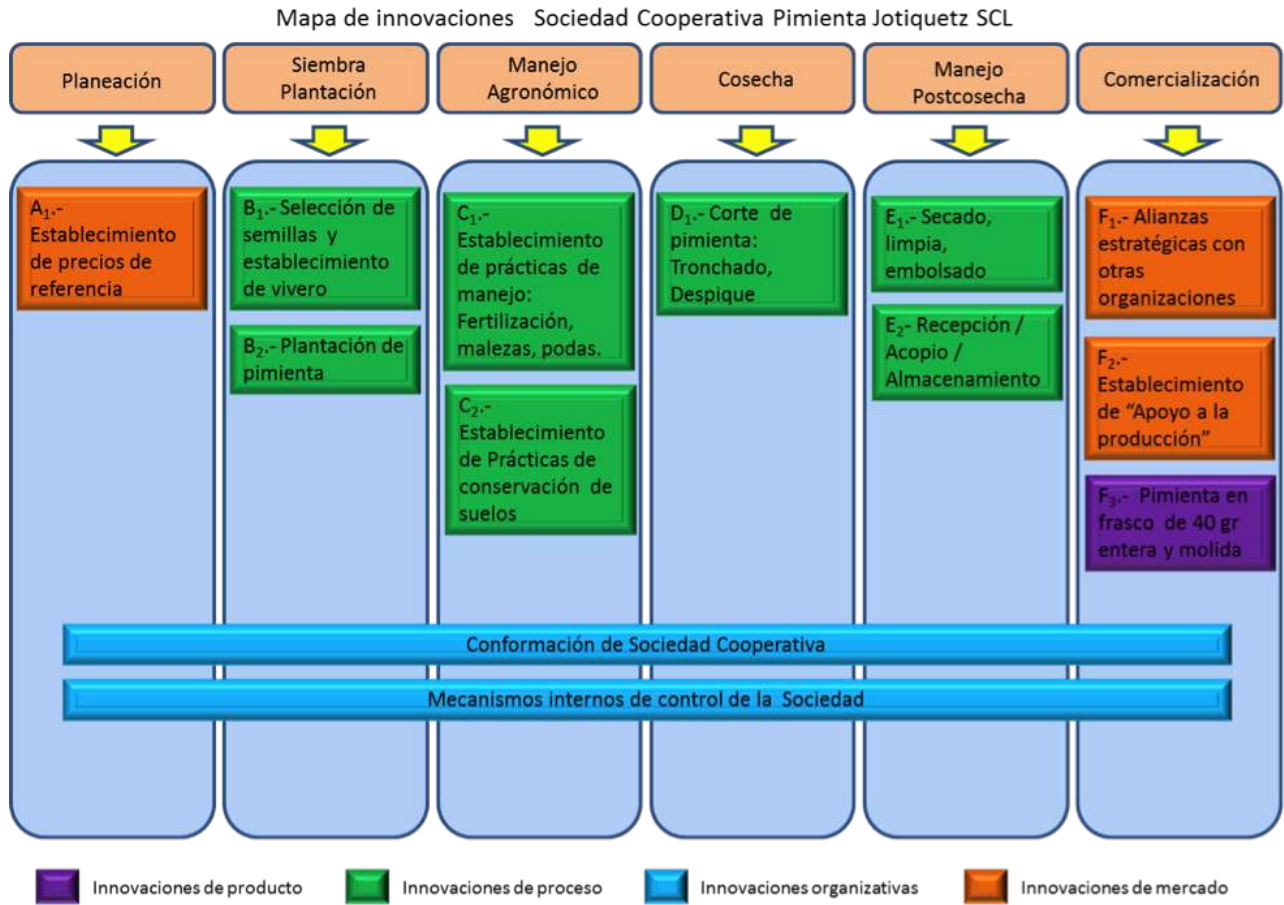
Para llegar de manera más directa a los consumidores, se desarrolló la línea de pimienta entera o molida en presentaciones de 40 gramos en frascos de cristal, la cual se seleccionan los mejores granos de pimienta con certificado orgánico, que se tienen de la cosecha inmediata y se envasan o se pasan en molinos eléctricos para tener la presentación de pimienta molida.

Esta presentación es distribuida principalmente en tiendas de productos orgánicos de la Ciudad de México como Aires del Campo, Green Corner, Campo Vivo, en la tienda de la Comercializadora Manos Unidas de Chiapas y en algunos momentos se incursiono en las tiendas Chedraui, así mismo esta presentación sirve para realizar las presentaciones en las diferentes ferias que han participado.

Proceso para la implementación de las innovaciones

Para la implementación de las innovaciones la Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL a desarrollado una serie de actividades que consiste en concientizar y organizar a sus socios ya que sobre todos ellos recaen el cumplimiento de algunas innovaciones o la implementación de otras. Sin embargo, las características que ya se han señalado sobre la cooperativa, existe un compromisos total de los socios para tener menos dificultades.

A continuación se se indica de manera esquemática las innovaciones que han aplicado, como el proceso, desde la planeación hasta la comercialización de pimienta. De esta manera señalamos, la implementación de 6 innovaciones de proceso, 3 innovaciones de mercado y 2 innovaciones de mercado 1 innovación de producto.



Fuente: Elaboración propia

Impacto de las innovaciones

Aun sin proponérselo, La Sociedad Cooperativa Pimienta Jotiquetz SCL se ha convertido en un referente para los intermediarios de la pimienta en la región, ya que a partir de su existencia, estos han encontrado en la organización un fuerte competidor que los obliga a mejorar sus ofertas de compra; pues ya no son ellos quienes fijan el precio de la pimienta a la compra, sino que la organización guiada por el mercado internacional es quien fija los precios, aun cuando ejercen presión aumentando los precios para desgastarlos económicamente, el mercado vuelve a estabilizarlos, debido a las estrategias que implementa la cooperativa como el usado el año pasado de dejar de comprar pimienta verde y con esto descontrolar a su competencia que inicio comprando a precios por arriba de los precios nacionales.

En Pimienta Jotiquetz todos los productores de pimienta del municipio de Copainala y de municipios vecinos tienen un aliado para ayudarlos a incrementar su área de producción con plantas que se encuentran en sus viveros y que tienen un costo simbólico. Pero además son una opción donde pueden ir a entregar su producción sabiendo que los precios a los que les comprará son justos y están establecidos por el mercado. Podrán ser socios si lo desean cumpliendo con sus reglas y podrán tener todos los beneficios que los socios legales poseen.

Por medio de los “apoyos a la producción” se convierten en una fuente de financiamiento a productores que no cuentan con dinero para el pago de los jornales necesarios para realizar las actividades, ayudando a quitar la presión económica que representa la cosecha de pimienta.

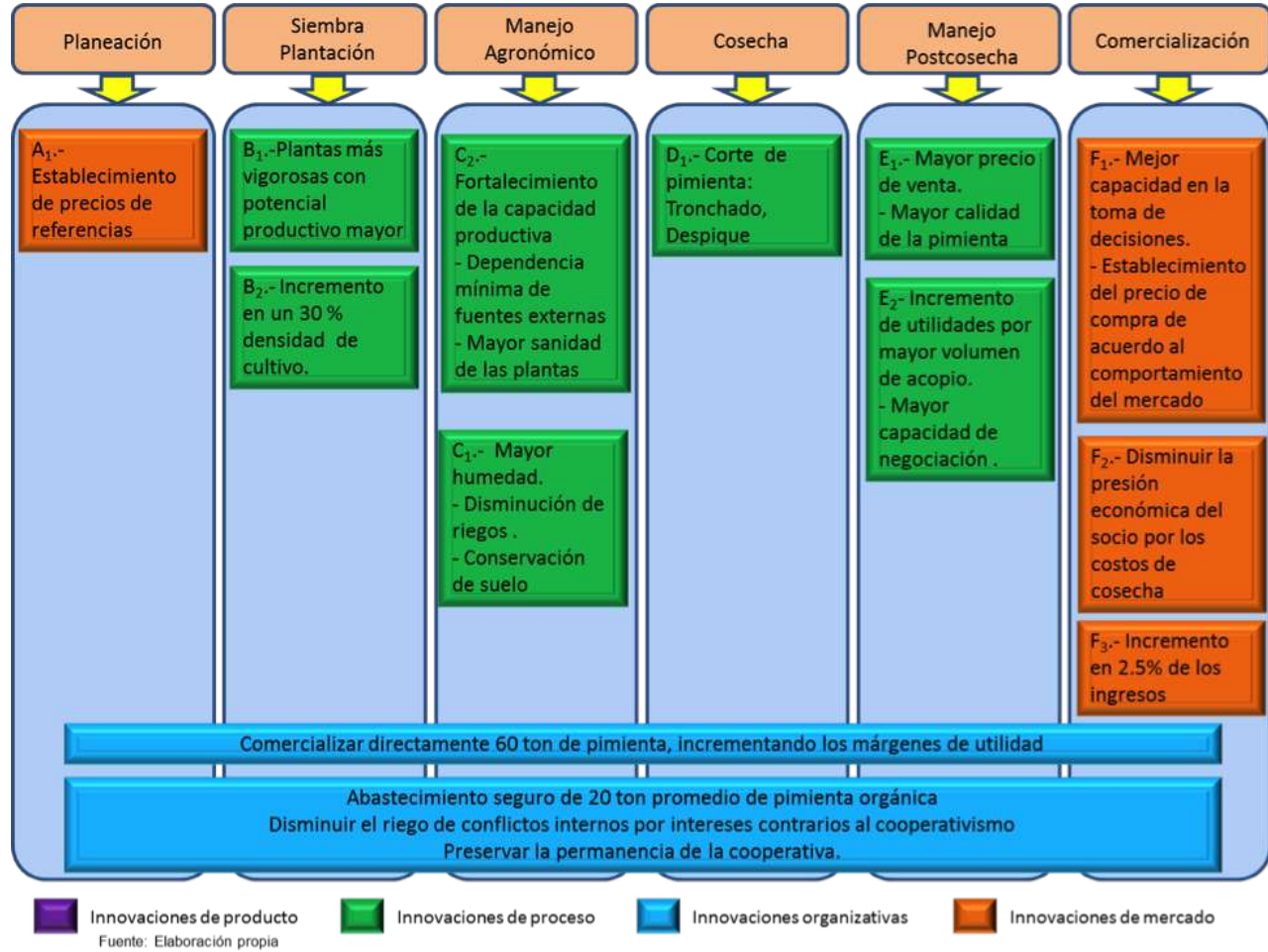
Son una fuente de financiamiento a los productores a través de los “apoyos a la producción”, que ayuda a quitar la presión económica, que representa la cosecha de pimienta, cuando estos no cuentan con dinero para el pago de los jornales necesarios para realizar las actividades y sobre todo que muchos de los socios viven al día.

Durante estos 32 años, han podido incrementar sus activos con la construcción de instalaciones, compra de equipos y vehículos que les permite acopiar con más eficiencia, almacenar y comercializar la pimienta que adquieren de sus socios y de los productores libres.

Así mismo, han mejorado todos los procesos productivos de sus socios legales, de tal manera que las 42 has. promedio con las que cuentan tienen Certificado de Manejo Orgánico expedido por la empresa CERTIMEX. Cumpliendo así, con un requisito fundamental y necesario para cumplir el próximo objetivo que es exportar de manera directa la

producción de sus socios a los mercados de EUA y Japón, vínculo que actualmente se encuentra en proceso.

Mapa de impacto de las innovaciones



Sistema Mexicano de Innovación Agroalimentaria

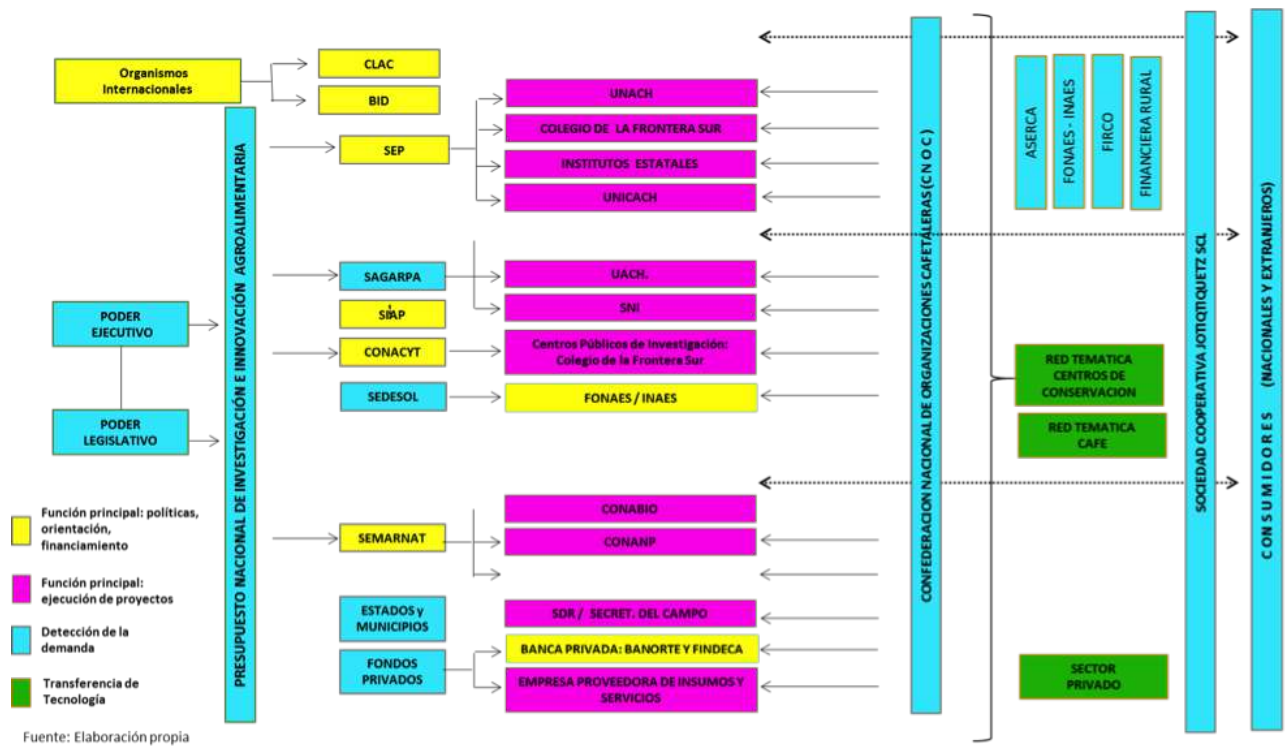
Los apoyos que a través de las instituciones ha obtenido Pimienta Jotiquetz, han sido fundamental en el éxito logrado hasta el momento, sobre todos los apoyos en acompañamiento del entonces INI, y actualmente CDI, para la conformación de la cooperativa. Como también Su apoyo a la comercialización y a la construcción de instalaciones,

la SAGARPA, por otro lado, como órgano rector de la agricultura en México, apoyado con la Secretaria del Campo del estado, han contribuido a su fortalecimiento, al ofrecer equipos e infraestructura, y a las invitaciones a ferias agroalimentarias. También El FONAES / INAES les ha permitido tener el apalancamiento en créditos con la banca comercial para el acopio de la pimienta y a través del Corredor biológico Mesoamerican conservar otros recursos naturales.

Instituciones de enseñanza como la UNACH (Universidad Autónoma de Chiapas) muestran interés al realizar investigaciones con sus alumnos para la evaluación de materiales de pimienta. También ha colaborado en la traducción del idioma inglés al español en la conversación con un cliente, especialmente el Campus Copainala. Y finalmente Se han realizado tesis de maestría en relación a la pimienta por parte del Colegio de la Frontera Sur usando como fuente de información a los socios de Pimienta Jotiquetz.

Sin embargo es de mencionarse que a nivel nacional no existen organismos que agrupe a las organizaciones de pimienta exclusivamente por lo que pueden en algunos casos apoyarse en la Confederación Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC), ya que la producción de café, está muy ligado con la de pimienta.

Sistema Mexicano de Innovación Agroalimentaria



Lecciones aprendidas

El camino que han recorrido los socios fundadores ha sido difícil, las motivaciones para comercializar y tener buenos precios de la pimienta fue el detonante principal que los llevo a ir por “camino” desconocidos por ellos, ya que no existía en la región una experiencia previa de una organización productora y comercializadora de un bien o servicio que los impulsara. Actualmente son reconocidos como una empresa productora y comercializadora de pimienta a nivel nacional, con clientes cautivos en varios estados de la república.

El líder fundador de Jotiquetz y primer presidente del Consejo de Administración es una pieza clave en el éxito de la cooperativa, debido al trabajo, la dedicación, la responsabilidad y la honestidad que siempre representó, se dedicó a la producción y busco siempre la comercialización de la pimienta sin acaparadores, con el objetivo mejorar el nivel de vida de los socios de la cooperativa.

El consejo de administración está presidido por la hija de un socio fundador, y el consejo de vigilancia por un hijo de otro socio fundador, en ambos casos todos los conocimientos y experiencia con las que actualmente cuenta, son resultado del trabajo diario que realizan en la cooperativa y bajo la dirección consejos de los socios fundadores con más experiencias. Es decir, por los trabajos que han realizan en el área de producción, comercialización y en los trabajos de dirección de la cooperativa, apelando que sean ahora ellos en quienes caiga la responsabilidad de perpetuar a la cooperativa.

Los socios están conscientes que para poder lograr ser un buen dirigente y que pueda asumir la dirección de la cooperativa como presidente del Consejo de administración, debieron haber participando durante varios años en las diferentes áreas que tienen la cooperativa, para generar experiencia y poder tomar decisiones sabias en base a la experiencia y los conocimientos.

Bibliografía

Azpeitia H. y Moguel J. Historia de la cuestión agraria mexicana: Los tiempos de la crisis, 1970-1982; Pag. 369 <https://books.google.com.mx/books?id>

Fernández Z. P. 2004. Liderazgo en la cooperativa “Pimienta Jotiquetz” un estudio de caso en Copainala, Chiapas. Tesis presentada como requisito parcial para optar al grado de Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural. Colegio de la Frontera Sur. Ecosur. San

Cristóbal de las Casas, Chiapas, México.

Hernández M. M. 2006. Estudio sobre comercialización y perspectiva de la pimienta en el área de influencia de Copainala. Informe final. Corredor Biológico Mesoamericano – México. Región Chiapas, México

Monroy R. C. 2011. Paquete Tecnológico Pimienta Gorda (Pimienta dioica L. Merrill). Establecimiento y mantenimiento. Instituto Nacional de Investigaciones y Forestales, Agrícola y Pecuarias. INIFAP, Campo Experimental El Palmar, Tezonapa, Veracruz, México.

Morales O. Fabián y Herrera E. M. 2002. Plan de Negocios para la Exportación de Pimienta Gorda Mexicana a los países bajos. Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Universidad Veracruzana. Xalapa, Veracruz, México

VanderHoff B. F. et. al. 2017. 10ª Ed. Normas para la producción, el procesamiento y la comercialización de productos ecológicos. Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos S. C. CERTIMEX. Oaxaca. Mexico. www.certimexsc.com