

**“El aprovechamiento y comercialización de la pita (*Aechmea magdalenae*): una oportunidad para el manejo sustentable de las selvas húmedas del sureste de México”. Methodus Consultora Sociedad Civil.**

## **Introducción**

La presente ponencia se basa en la experiencia de aprovechamiento de un producto forestal no-maderable (pfnm) en las regiones de la Chinantla, Oaxaca, Sierra de Santa Marta y Uxpanapa, Veracruz; y RB Montes Azules, Chiapas; en los ecosistemas de selvas húmedas existentes en dicho estados. Se trata del ixtle o pita (*Aechmea magdalenae*), una bromelia terrestre que crece bajo la cubierta forestal, y cuya fibra extraída de las hojas se usa comercialmente para la confección de artesanías de cuero bordado en el centro y norte de México.



Por su resistencia y extensión, la fibra era empleada antiguamente por los indígenas Chinantecos y Mayas para confeccionar redes de pesca, mecates y algunos objetos ceremoniales. En el período colonial fue usada para la fabricación de aparejos en embarcaciones y hacia finales del siglo XIX empezó a ser utilizada por artesanos talabarteros del estado de Jalisco, mediante una técnica de bordado similar a la que practicaban los árabes con el hilo de plata, para adornar artículos de piel como cinturones, sillas de montar, chaparreras y fundas para armas que ya desde entonces son distintivo del atuendo utilizado en las artes de charrería.

Con el auge de la moda musical conocida como “Onda Grupera” ya a principio de los años noventa, la popularidad de los artículos bordados con hilo de pita (o “pitiados”, como se les conoce), se incrementó considerablemente, llegando su popularidad al norte y noroeste de México, así como a los estados del sur de los Estados Unidos. Cabe mencionar que con dicho auge, la oferta de artesanías de cuero pitiado se diversifica, generándose en los talleres del centro-norte del país una amplia gama de artículos de menor calidad y más económicos, como cinturones delgados, carteras, diademas, huaraches, navajeros, entre otros.

Producto de estos fenómenos, el valor del hilo fabricado con fibra de pita se incrementa en el mercado nacional, alcanzando en la actualidad precios de entre \$600 y \$1,000 pesos por kilogramo de fibra ya lavada, superior por cierto al que alcanzan ciertas calidades de hilo de seda en el mercado internacional.

### **Aprovechamiento de pita y manejo de los recursos naturales**

Desde inicios de los años noventa, el manejo de la planta de pita en manchones silvestres y plantaciones en algunas regiones del trópico húmedo, se vislumbraba como componente de una posible estrategia para el impulso de formas de manejo integral comunitario de los recursos naturales, buscando a través de ello complementar esfuerzos para la conservación y el aprovechamiento racional de áreas forestales.

Así, desde el año de 1995 Methodus Consultora se suma a una serie de esfuerzos en torno al aprovechamiento de la pita, en los que intervienen en distintos momentos otras ONG, centros de investigación, organismos sociales como la Unión de Pueblos Indígenas de la Sierra de Lalana (UPI SL), ejidos como San Rafael Agua Pescadito, en el municipio de Valle Nacional, y programas gubernamentales como la SEMARNAP con su iniciativa PRODERS.

En este marco, Methodus inicia el impulso de diversas líneas de investigación, experimentación y evaluación participativas relacionadas con las formas de propagación de la pita y los métodos de cultivo y control de enfermedades en plantaciones; así como sobre tecnologías de extracción mecánica de la fibra y de su blanqueo, el conocimiento del mercado y la comercialización, y el desarrollo de nuevas líneas de productos y de nichos de mercado especializados. A la par se realizan acciones de fortalecimiento de capacidades comunitarias y micro-regionales para el manejo de recursos sobre aspectos de planeación y organización.

Todo esto ha llevado a la constitución de dos empresas campesinas de acopio y comercialización, de dos Unidades de Manejo Ambiental (UMAs), figuras reconocidas en la normatividad ambiental mexicana para la regulación de aprovechamientos de flora y fauna; y más recientemente al establecimiento de una alianza para el intercambio de experiencias y la comercialización de la fibra con comunidades de la Sierra de Santa Marta, Veracruz (en coordinación con el

Proyecto Sierra Santa Marta, A. C.), Uxpanapa (con Pronatura, Capítulo Veracruz) y Selva Lacandona, Chiapas (en coordinación con la Dirección de la Reserva de la Biósfera "Montes Azules").

### **Importancia ambiental y estrategia de plantaciones**

La pita es una bromelia terrestre perenne, que crece en ecosistema de selva alta, en sitios muy húmedos bajo sombra, y entre 0 y 700 msnm. En México se encuentra en las franjas de clima tropical húmedo que están desde la Huasteca, hasta la frontera con Guatemala. Su extracción comercial se lleva a cabo principalmente en los estados de Veracruz, Oaxaca y Chiapas; siendo la Chinantla y la región de *Montes Azules* actualmente las de mayor producción.

La planta tiene dos formas de reproducción, a través de semillas (después de al menos 6 años de vida) y vegetativa, mediante hijuelos que se generan a partir del segundo año de vida de la planta. Para fines de establecimiento de plantaciones los productores utilizan exclusivamente los hijuelos. La producción de fibra inicia a partir del tercer año de vida de la planta, sin embargo las plantaciones empiezan a ser rentables a partir del cuarto año.

Se trata de un recurso natural que los indígenas Chinantecos y Mayas explotaban desde inicios del siglo XX. Ya para entonces habían logrado domesticar la planta mediante el manejo de manchones silvestres y pequeñas plantaciones ubicadas en lugares cercanos a las casas. Con la aparición de las fibras sintéticas y las políticas de intensificación de la producción de café en los años sesenta, la pita desapareció prácticamente de los espacios productivos manejados por los indígenas. Por las razones señaladas líneas arriba, la población indígena re-inicia su cultivo hacia finales de los ochenta.

En la región de la Chinantla, la disminución de manchones silvestres debida a la extensión de los cafetales, llevó a los productores a establecer pequeñas plantaciones a partir del material vegetativo aun disponible en los cafetos, acahuals jóvenes y reducidas áreas de selva primaria todavía existentes.

Por su parte, en Montes Azules sigue siendo alta la extracción de hojas de plantas silvestres, dada la presencia de áreas de selva más extensas y en ellas de manchones silvestres. Esto des-incentiva el establecimiento de plantaciones, no

obstante los esfuerzos de la SEMARNAP y de la Dirección de la Reserva de la Biosfera para promoverlas. Sin embargo, en las regiones de Marques de Comilla y Frontera Corozal, pequeñas organizaciones de productores han iniciado el establecimiento de cultivos, lo que suponemos incrementará considerablemente la oferta nacional de fibra a partir del año 2003.

En Veracruz, específicamente en la Sierra Santa Marta y Uxpanapa, también se están incrementando las plantaciones de pita, no obstante que la disponibilidad de plantas silvestres es más reducida que en Chiapas. Finalmente, es preciso mencionar que diferentes comunidades guatemaltecas, ubicadas en las cercanías de la frontera con México, también han iniciado el cultivo de la pita, después de haber prácticamente acabado con sus manchones silvestres bajo la presión de compradores mexicanos.

### **Importancia económica del aprovechamiento de pita en la Chinantla**

Methodus ha venido desarrollando una investigación sobre el papel que desempeñan los pfnm en la economía familiar de la población indígena de la región de la Chinantla. Se ha trabajado hasta el momento en ocho comunidades de diferentes microregiones, en torno a la pita, palma camedora, vainilla y barbasco.

De dicho trabajo se desprende que la pita y la vainilla son sin duda los pfnm que mayor impacto tienen en la economía de las familias chinantecas, diferenciándose ambos productos del barbasco y la palma camedor en que estos siguen siendo extraídos de poblaciones silvestres. El cultivo de la pita se ha extendido rápidamente en la región, a diferencia de la vainilla, cuya producción se ha venido limitando cada vez más a comunidades especializadas.

En efecto, la pita es un cultivo que se adapta más fácilmente a la diversidad de sistemas de producción presentes en la Chinantla, lo cual se explica en parte porque no tiene periodos específicos de cosecha (se pueden extraer hojas en cualquier momento del año), ni supone la aplicación de cantidades altas de insumos o mano de obra, con excepción de para la extracción manual de la fibra (el "raspado"), que es

como se sigue haciendo en la mayor parte de la región, con excepción de en la zona de Lalana y Agua Pescadito, en donde ya se realiza con maquinaria.

Si bien el café representó hasta finales de los ochenta la principal fuente de ingresos monetarios de las familias chinantecas, hemos observado como los recursos generados por la venta de fibra de pita han venido a sustituir paulatinamente la merma en la economía familiar que la caída de los precios internacionales del café provocó. Esto es particularmente cierto en zonas en donde los rendimientos y la calidad del café han sido de por sí bajas, como es el caso del municipio de San Juan Lalana y porciones del de Valle Nacional.

En apoyo a lo anterior hay que señalar que la inversión necesaria para establecer una plantación de una hectárea de pita es de aproximadamente \$ 10,000.00, el 75% de esta cantidad destinada a insumos, y el 25% a mano de obra. Hemos estimado que después del cuarto año, la utilidad conseguible es de 6,000 pesos, y que a partir del sexto año puede llegar a \$20,000 anuales. Esto, considerando una valorización de la mano de obra cercana a \$ 200.00/día.

Así, en la economía de una familia chinanteca la pita desempeña un papel muy importante, dado que complementa los ingresos económicos de las familias cuando el precio y la producción de café son bajos, permite acceder a recursos monetarios en cualquier momento del año -lo que es particularmente útil en caso de enfermedades u otras emergencias-, y en algunas comunidades posibilita el pre-financiamiento de la siembra o cosecha de otros productos como el maíz o el café.

### **La comercialización**

Methodus asesora a dos empresas sociales de beneficiado y comercialización de la fibra de pita en la Chinantla, y coordina una iniciativa de desarrollo comercial con organizaciones del estado de Veracruz. En el marco de estas iniciativas, se están realizando acercamientos continuos con compradores de fibra, esto es, intermediarios regionales y nacionales, artesanos y agrupaciones de estos de los estados de Veracruz, San Luis Potosí, Nayarit y Jalisco. Asimismo, se están buscando alternativas de uso comercial para la fibra a través del desarrollo de

nuevas líneas de productos como son el papel, tela y artículos artesanales tejidos con hojas raspadas ("mahaua").

Una característica del mercado de la pita, similar a la de otros pfnm, es que está limitado al ámbito nacional, situación que genera una cierta estabilidad de precios, aunque como tendencia general el precio de la fibra ha estado a la alza desde inicios de los años noventa. Existe sin embargo el riesgo de saturación del mercado de fibra de baja y mediana calidad, dadas las tendencias futuras de incremento de la oferta de este tipo de fibra procedente de Chiapas y Guatemala; y el poco dinamismo del mercado de los productos de cuero pitiado. El cierre paulatino de pequeños talleres talabateros en Jalisco, y el incremento en las exigencias de calidad por parte de artesanos para obtener productos artesanales de alto valor comercial, son señales visibles en este sentido. En la actualidad el mercado nacional de artesanías pitiadas absorbe entre 40 y 50 toneladas de fibra por año.

### **Obstáculos para el fortalecimiento de cadenas equitativas de producción-comercialización de los productos de pita**

Con la finalidad de impulsar iniciativas que puedan fortalecer los procesos de comercialización de la fibra desde sus regiones de producción y por parte de la población indígena-campesina, buscando con ello favorecer la operación de estrategias zonales y regionales de aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, Methodus junto con PSSM, la UPI SL y Pronatura-Veracruz deben enfrentar los siguientes retos u obstáculos:

- a) Una cadena de comercialización de la fibra con numerosos agentes, ya que la dispersión de las áreas de producción y la insuficiente organización de los artesanos, genera condiciones para la intervención de numerosos intermediarios, cuyo papel consiste en compactar la oferta de fibra verde, llevar a cabo el beneficiado de la fibra, y distribuir el producto en numerosos talleres dispersos en una amplia zona del centro y norte del país.
- b) La competencia desleal que implica la extracción de las hojas de pita procedentes de manchones silvestres, con las graves repercusiones que esto tiene para la sostenibilidad del recurso.

- c) La falta de perspectivas comerciales para los productos de cuero pitiado, y el poco interés de los fabricantes en llevar a cabo inversiones para la búsqueda de nuevo diseños y con ello para penetrar en nuevos segmentos de mercado.

### **Una propuesta para el desarrollo de mercados**

Para afrentar los obstáculos señalados, Methodus junto con sus asociados están trabajando en las siguientes líneas:

1. El fortalecimiento de las capacidades de los productores indígenas y campesinos en las regiones de la Chinantla, Sierra de Santa Marta y Uxpanapa, dirigidas al desarrollo de esquemas adecuados de aprovechamiento en plantaciones, al manejo de técnicas de beneficiado y empaque, y a la administración gerencial de sus empresas sociales.
2. La promoción en el mercado de fibra extraída de bosques bien manejados a través de una marca colectiva, y la constitución en cada región de Unidades de Manejo Ambiental, conforme a lo establecido por la legislación ambiental de nuestro país.
3. La constitución de una alianza comercial entre organismos de productores de Oaxaca y Veracruz, con el fin de consolidar la oferta de fibra de buena calidad. Esta alianza sería la que llevaría a cabo la administración de la marca colectiva referida.
4. El desarrollo de nuevos productos a partir de la fibra de pita, con lo que se incursionaría en opciones alternativas de mercado; y el desarrollo de líneas de artículos a partir de los subproductos: tela para zapatos, hilo, papel y tejidos diversos.
5. La contactación y construcción de acuerdos con agrupaciones de artesanos y clientes interesados en adquirir volúmenes mayores de fibra y los nuevos productos desarrollados.

### **Conclusiones/Retos**

La pita no puede ser considerada como una especie en peligro de extinción, a pesar del incremento en la extracción de hojas desde inicios de los años noventa; lo cual no significa que se deban desatender las tareas para hacer sustentable su manejo.

La estrategia de establecimiento de plantaciones ha mostrado ser una vía útil para ello, ligada a la necesidad que dicha estrategia genera de mantener en buen estado de conservación los ecosistemas de que forman parte los manchones silvestres.

Los ingresos generados por la venta de fibra han favorecido el establecimiento de plantaciones en zona en donde la planta había casi desaparecido de su medio natural. Sin embargo, a la par de la domesticación de la especie, enfermedades fungosas se han propagado desde Oaxaca hasta Chiapas, mismas que afectan la calidad del producto y ponen en riesgo la rentabilidad económica y ambiental del cultivo, esto es, su potencial para formar parte de estrategias de conservación de poblaciones en ecosistemas de selva. Está aún pendiente la identificación de las formas de control de las enfermedades, por lo cual aún se deberán invertir grandes esfuerzos en las diferentes regiones de producción para frenar la contaminación de las plantaciones.

Desde el punto de vista comercial, el establecimiento de alianzas regionales y sobre todo el fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones sociales es, sin duda, un paso obligatorio para poder penetrar con ventajas competitivas los mercados a futuro. En estos mercados los clientes exitosos serán quienes puedan manejar volúmenes importantes de producto diversificados, y sean capaces de exportar a los mercados en los EUA.

Poder competir por estos mercados supone entonces para los productores y sus organizaciones, además de ofrecer fibra de calidad y en volúmenes competitivos, contar con capacidades organizacionales y gerenciales suficientes para surtir con oportunidad a los clientes, para distribuir con equidad los beneficios, para legalizar ambiental y fiscalmente sus aprovechamientos (a través de las empresas sociales y UMAs constituidas), y para planificar adecuadamente el aprovechamiento de sus recursos naturales, considerando objetivos de conservación y restauración, es decir, de sustentabilidad.

Finalmente, un componente indispensable para que la pita siga siendo una opción incentivadora del manejo sustentable de áreas selváticas del sureste de México, es la inversión destinada al desarrollo de nuevos productos y nichos de mercado a partir de la fibra y sus subproductos. Las cualidades físicas y estéticas de fibra permiten pensar que su potencial comercial puede aún desarrollarse.