



<https://doi.org/10.5154/r.textual.2022.80.04>

SOCIAL CAPITAL AND COLLECTIVE ACTION IN THE OIL PALM CULTIVATION IN THE COAST OF CHIAPAS. STUDY OF OLEOPALMEX

CAPITAL SOCIAL Y ACCIÓN COLECTIVA EN EL CULTIVO DE PALMA DE ACEITE EN LA COSTA DE CHIAPAS. ESTUDIO DE OLEOPALMEX

Guillermo S. Valdiviezo-Ocampo¹; Enrique de Jesús Trejo-Sánchez²

ABSTRACT

The expansion of oil palm cultivation in Mexico has generated a set of processes such as the reduced participation of small farmers who are subject to the conditions established by the extracting companies, the land accumulation on the part of large companies, the appropriation of most of the surpluses by international companies, and the negative environmental effects. The objective of this study is to analyze the processes of social capital generation and collective action undertaken by the producers from the coast of Chiapas to build the social company Oleopalmex, in order to meet the requirements imposed by the extractive companies within the region. It is found that the company members of Oleopalmex have developed various levels of social capital and collective action, but that the companies with lower levels turn to those with higher levels to solve their production and management problems.

¹Universidad Autónoma de Chiapas, Facultad de Ciencias Sociales, calle Presidente Obregón, s/n, Col. Revolución Mexicana, C.P. 29220, San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.

²Universidad Intercultural de Chiapas, Corral de Piedra núm. 2, C. P. 29299, San Cristóbal de las Casas, Chis.

*Corresponding author: gsvob7@gmail.com ORCID ID: 0000-0001-5007-0398

Received: March 08, 2022 / Accepted: October 27, 2022

Please cite this article as follows (APA 6): Valdiviezo-Ocampo, G. S., & Trejo-Sánchez, E. D. (2022). Social capital and collective action in the oil palm cultivation in the coast of Chiapas. Study of Oleopalmex. *Textual*, 80, 105-132.

doi: <https://doi.org/10.5154/r.textual.2022.80.04>

This paper demonstrates that palm producers, based on the use of social capital and collective action, have been able to build a social company that allows them to partially reverse the sanctions imposed by the oil extracting companies and enables them to participate in a greater part of the value generated in the palm system.

KEYWORDS: Social company, social network, trust, cooperation, social action.

RESUMEN

La expansión del cultivo de palma de aceite en México ha generado un conjunto de procesos, como la menor participación de los pequeños productores que se encuentran sujetos a las condiciones que establecen las empresas extractoras, la acumulación de tierras por parte de las grandes empresas, la apropiación de la mayor parte de los excedentes por empresas internacionales, y los efectos ambientales negativos. El objetivo de este trabajo radica en analizar los procesos de generación de capital social y acción colectiva que han emprendido los productores de la costa de Chiapas para construir la empresa social Oleopalmex con el fin de responder a las condiciones que imponen las empresas extractoras en la región. Se encuentra, que las empresas integrantes de Oleopalmex han desarrollado diferentes niveles de capital social y acción colectiva, pero que las empresas con menor nivel recurren a las de mayor nivel para subsanar sus problemas de producción y gestión. En este trabajo se demuestra que los productores de palma con base en el aprovechamiento del capital social y la acción colectiva han logrado construir una empresa social que les permite revertir parcialmente las sanciones impuestas por las empresas extractoras de aceite y, les posibilita participar de una mayor parte del valor generado en el sistema de palma.

PALABRAS CLAVES: Empresa social, red social, confianza, cooperación, acción social.



INTRODUCTION

The approximate deficit of 275 million dollars (Vega-Leinert, et al., 2021) belonging to Mexico in terms of the palm oil demand (*Elaeis guineensis* Jacq), is mainly exerted by the food industry that has led to an important increase of the cultivated area. This expansion came with the boost offered by the Mexican government through a productive reconversion program, which

INTRODUCCIÓN

El déficit aproximado de 275 mdd (Vega-Leinert, et al., 2021) que tiene México en la demanda de aceite de palma (*Elaeis guineensis* Jacq), es ejercida principalmente por la industria alimentaria que ha conducido a un importante incremento de la superficie cultivada. Tal expansión estuvo acompañada del impulso que le proporcionó el gobierno mexicano a través de un

wanted to replace low profitability crops by other with higher costs within the market. The oil palm production is found in four states Campeche, Chiapas, Tabasco, and Veracruz, from which, the second one has the greatest cultivation area. However, this process is accompanied by a set of trends also expressed at global level, such as the control of the palm oil value chain on the part of large international companies, the land concentration, the displacement of small farmers and in this case, their incorporation as suppliers subject to the conditions imposed by the oil extracting companies. Social companies have emerged in face of this situation, such as Oleopalmex, these are focused on transcending the supply of palm fruit, and venture into the segment of oil extracting and refining that allows them to access a greater part of the value generated by the activity.

In the coast of Chiapas, the segment of crude oils is characterized by an increasing number of farmers that generate an important volume of oil palm fruit, although the processing capacity of the companies is lower than the supply. Against this background, seven companies within the region impose domain and control condition on the farmers, and they are forced to accept those conditions to sell their product. Companies resort to a series of mechanisms to penalize farmers due to appearing anomalous conditions in fruits and late deliveries, which is why they pay a lower price compared with the established at global level. This situation has led to the emergence of initiatives on the part of farmers that have joined, to create organizations and an own exploration company such as Oleopalmex.

programa de reconversión productiva que buscaba sustituir cultivos de baja rentabilidad por otros de mayor precio en el mercado. La producción de palma de aceite se localiza en cuatro estados Campeche, Chiapas, Tabasco y Veracruz, de los cuales el segundo es el que reúne la mayor superficie del cultivo. No obstante, este proceso está acompañado de una serie de tendencias que se manifiestan también a nivel internacional, como el control de las grandes empresas internacionales de la cadena de valor del aceite de palma, la concentración de tierras, el desplazamiento de los pequeños productores y en su caso la incorporación como proveedores sujetos a las condiciones que les imponen las empresas extractoras de aceite. Ante esta situación han surgido empresas de carácter social, como es el caso de Oleopalmex, con el fin de trascender la proveeduría de fruta de palma e incursionar en el segmento de la extracción y refinación de aceites que les permita acceder a una mayor parte del valor generado por la actividad.

En la costa de Chiapas, el segmento de aceites crudos se caracteriza por un número cada vez más grande de productores que generan un volumen importante de fruta de palma de aceite, pero que la capacidad de procesamiento de las empresas es inferior a la oferta. Ante esta situación, siete empresas en la región imponen a los productores condiciones de dominio y control, y estos últimos se ven obligados a aceptarlas con tal de vender su producto. Las empresas recurren a una serie de mecanismos para penalizar a los productores por supuestas condiciones anómalas de la fruta y demoras en la entrega, por lo que les

In order to analyze the creation process of Oleopalmex, made up of companies of the social sector such as Palma de Aceite de Suchiate, Asociación Mapaneca, Cantón Las Palmas, Productores de Monte Bello, Productores de Palma Lirio, Palmicultores de Acapetahua, Palmicultores de Las Brisas. For this, we resort to the concepts of social capital and collective action, which allow to understand the ability and type of agency for individuals and communities. From the wide literature that has addressed the social capital, actors such as Bourdieu, Coleman, and Putnam highlight. The first one defines it as the resource pool available for a network of agents, who maintain stable and beneficial ties (Solís and Limas, 2013). The second one, refers it as a diversity of entities that share social structures and promote the participation of actors within the structure (Coleman, 1990). The third one, emphasizes the construction of networks based on the trust and fulfillment of a set of standards that enable the cooperation for the common benefit of the members (Putnam, 1995). Solís and Limas (2013) make a contribution based on these three perspectives, they identify individuals or groups that shape the networks of social relationships based on the trust, with a sense of belonging that promotes the cooperation between them, in order to obtain common benefits, which strengthens the unity of the participants.

Trust is an especially important aspect for the interaction developed by individuals and communities because it alludes to the certainty for the fulfillment of the behavioral expectations of other agents.

pagan un precio inferior al que se establece a nivel internacional. Ante tal situación, surgen iniciativas de productores que se han unido para conformar organizaciones y generar una empresa extractora propia como es el caso de Oleopalmex.

Para analizar el proceso de conformación de Oleopalmex, integrada por empresas del sector social como Palma de Aceite de Suchiate, Asociación Mapaneca, Cantón Las Palmas, Productores de Monte Bello, Productores de Palma Lirio, Palmicultores de Acapetahua, Palmicultores de Las Brisas. Para ello, se recurre a los conceptos de capital social y de acción colectiva, que permiten comprender la capacidad y tipo de agencia de los individuos y de las colectividades. De la amplia literatura que ha abordado el capital social, destacan autores como Bourdieu, Coleman y Putnam. El primero, lo define como al acervo de recursos de los cuales dispone una red de agentes, quienes mantienen lazos estables y beneficiosos (Solís y Limas, 2013). El segundo, lo refiere como una diversidad de entes que comparten estructuras sociales y que propician la participación de los actores dentro de la estructura (Coleman, 1990). El tercero, enfatiza en la construcción de redes basadas en la confianza y el cumplimiento de un conjunto de normas que posibilitan la cooperación para el beneficio común de los integrantes (Putnam, 1995). Un aporte con base en estas tres perspectivas es la que realizan Solís y Limas (2013), quienes identifican a los individuos o grupos que conforman redes de relaciones sociales basadas en la confianza, con un sentido de pertenencia que

Trust decreases transaction costs and increases cooperation possibilities as it offers greater legitimacy for the institutionalized mechanisms used in certain community, to the extent that they have shared ethical values and that they privilege the collective benefit rather than the individual one. It also stimulates the partnership capacity based on the multiple ways that agents must join efforts that are beneficial for those involved (Rivera and Kliksberg, 2007). In this perspective, Putnam (1995) points out that the trust, standards, and networks contribute to the coordinated action, which improves the social efficiency.

Regarding the collective action, it is necessary to emphasize that individuals and communities not only respond to a market economic rationality but include a set of elements that are corresponded with the interests also manifested by other agents. According to Lugo-Morin (2013), when individuals make decisions, consider their interests and those manifested by other people when participate in networks of relationships. However, the social actors do not make totally free decisions, they do this under a set of conditions established by the system. In this sense, Melucci understands the collective action as the “result of intentions, resources and limits, with an orientation constructed through social relationships within a system of opportunities and constraints” (Melucci, 1999, p. 357-358). The collective action within the rural environment is often expressed through formal organizations (Ochieng, Knerr, et al., 2018, p. 2). If we consider these authors, we could say that the collective action is a social construction created by individual

propicia la cooperación entre ellos, con el fin de obtener beneficios comunes, lo que fortalece la unidad de los participantes.

La confianza es un aspecto de suma relevancia en la interacción que realizan individuos y colectividades, porque alude a la certidumbre que se tiene en el cumplimiento de las expectativas de comportamiento de los otros agentes. La confianza reduce costos de transacción e incrementa las posibilidades de colaboración. Al mismo tiempo que otorga mayor legitimidad a los mecanismos institucionales utilizados en cierta colectividad, en la medida que tengan valores éticos compartidos y que privilegien el beneficio colectivo, en vez del individual. También estimula la capacidad de asociación con base en las múltiples formas que tienen los agentes para conjuntar esfuerzos que resulten benéficos para los involucrados (Rivera y Kliksberg, 2007). En esta perspectiva Putnam (1995) señala que la confianza, normas y redes, contribuyen a la acción coordinada, lo que mejora la eficiencia social.

En lo que corresponde a la acción colectiva, es necesario enfatizar que los individuos y colectividades no responden solamente a una racionalidad económica de mercado, sino que incluyen a un conjunto de elementos que se corresponden con los intereses que manifiestan también otros agentes. En palabras de Lugo-Morin (2013), los individuos al tomar decisiones consideran tanto sus propios intereses como los que expresan otras personas cuando participan en redes de relaciones. Sin embargo, los actores sociales no toman decisiones totalmente libres, sino que lo hacen bajo un

or joint actors, who are willing to cooperate to achieve common objectives and shared benefits through organizations formally constituted or not.

Regarding the study on social capital and collective action, some works distinguished by the way in which peasants face conditions imposed by the globalized agri-food system, were identified. In the study of Camacho (2011), it is analyzed how the milk producers from Tecamachalco, Puebla, resort to the association and collective action in order to reduce production costs, increase their negotiating capacity with the different agents of the agribusiness and improve their quality of life. The collective action is based on a network of cooperation that has been built on the perception of reliability that those involved have in active participation, compliance with commitments, and honest behavior within the community and the group to which they belong. On their part, Hernández, and Nava (2018), study the level of social capital in organizations of coffee producers in Coatepec and Huatusco, Veracruz. In the first municipality a low level of social capital prevails, which is presented in a weak social cohesion because of the low degrees of trust, cooperation, and reciprocity. In the second municipality, the greatest social capital is the result of an increased trust, cooperation, participation, and solidarity among its members. Therefore, it is concluded that the social capital and the collective action are necessary but insufficient elements to respond to the coffee crisis.

In the line of examining the social capital generation on the part of peasants to face

conjunto de condiciones establecidas por el sistema. En este sentido, Melucci entiende la acción colectiva como el “resultado de intenciones, recursos y límites, con una orientación construida por medio de relaciones sociales dentro de un sistema de oportunidades y restricciones” (Melucci, 1999, p. 357-358). La acción colectiva en el medio rural se expresa frecuentemente por medio de organizaciones formales (Ochieng, Knerr, et al., 2018, p. 2). Interpretando a estos autores la acción colectiva es una construcción social generada por actores individuales o en conjunto, dispuestos a colaborar para lograr objetivos comunes y beneficios compartidos por medio de organizaciones constituidas formalmente o carentes de ella.

Respecto al estudio del capital social y la acción colectiva, se identifican algunos trabajos que destacan por cómo los campesinos enfrentan las condiciones que impone el sistema agroalimentario globalizado. En el estudio de Camacho (2011), se analiza cómo los productores de leche de Tecamachalco, Puebla, recurren a la asociación y a la acción colectiva con el fin de reducir los costos de producción, incrementar su capacidad de negociación con los distintos agentes de la agroindustria y mejorar sus condiciones de vida. La acción colectiva se basa en una red de cooperación que se ha construido sobre la percepción de confiabilidad que tienen los involucrados en la participación activa, el cumplimiento de los compromisos, y el comportamiento honesto dentro de la comunidad y del propio grupo al que pertenecen. Por su parte, Hernández y Nava (2018), estudian el nivel de capital

the conditions established by the agri-food system, the aim of this article is to analyze the construction processes of social capital and collective action by oil palm producers from the coast of Chiapas, to erect the Oleopalmex social company, which allows them to respond to the conditions imposed by oil extracting companies within the region.

METHODOLOGY

In order to analyze the processes of social capital and collective action regarding Oleopalmex, the case study was used, because as it is pointed out by Eisenhardt 1989, referred by (Martínez, 2006, p.174) it represents “a research strategy focused on understanding the dynamics in singular contexts”. For this, the statistical review of the oil palm production situation at global, national, and local level, was used, and 26 semi-structured interviews were applied to farmers and officers from seven companies belonging to Oleopalmex: Palma de Aceite de Suchiate; Asociación Mapaneca; Cantón Las Palmas; Productores de Monte Bello; Productores de Palma Lirio; Palmicultores de Acapetahua; Palmicultores de Las Brisas. The field research was developed from June to November 2021, in seven municipalities of Chiapas: Acapetahua, Huehuetán, Huixtla, Mapastepec, Suchiate, Tuzantán and Villa Comaltitlán, as it can be seen in Figure 1.

PRODUCTIVE CONTEXT OF PALM OIL, FROM THE GLOBAL TO THE LOCAL LEVEL.

In the last two decades, the demand for vegetable oils became important due to

social en organizaciones de productores de café en Coatepec y Huatusco, Veracruz. En el primer municipio prevalece un bajo nivel de capital social, lo que se manifiesta en una endeble cohesión social producto de bajos grados de confianza, cooperación y reciprocidad. En el segundo municipio el mayor capital social se manifiesta en más confianza, cooperación, participación y solidaridad entre sus integrantes. Por tanto, se concluye que el capital social y la acción colectiva son elementos necesarios pero insuficientes para responder a la crisis del café.

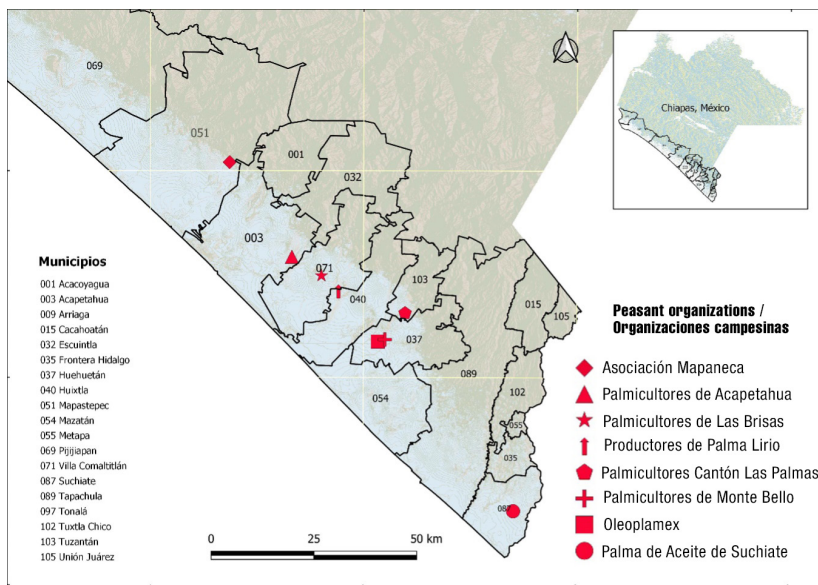
En la línea de examinar la generación de capital social por parte de campesinos para enfrentar las condiciones que establece el sistema agroalimentario, el objetivo del presente artículo es analizar los procesos de construcción de capital social y acción colectiva por parte de los productores de palma de aceite de la costa de Chiapas, con el fin de erigir la empresa social Oleopalmex que les permita responder a las condiciones que imponen las empresas extractoras de aceite en la región.

METODOLOGÍA

Para analizar los procesos de capital social y acción colectiva en torno a Oleopalmex, se recurrió al estudio de caso, porque como señala Eisenhardt 1989, citado por (Martínez, 2006, p.174) representa “una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”. Pare ello, se recurrió a la revisión estadística de la situación de la producción de aceite de palma

Figure 1. Location of the study area.

Figura 1. Localización del área de estudio.



Source: Own elaboration with data from CEIEG (2022). /

Fuente: Elaboración propia con información de CEIEG (2022).

the biofuel requirements in the industrial and food sector. At global level, from 2016 to 2020, cultivated area of oil palm went from 18.5 million to 22.7 million hectares, which represented an increase of 19 % (FEMEXPALMA, 2020:33). The cultivated area is in Asia (89 %), Africa (5 %) and Latin America (6 %). In the subcontinent, Mexico is in the sixth place, with a cultivated area of 94 000 hectares (6 %) (FEMEXPALMA, 2020).

In the Southeast Mexico, the oil palm cultivation is found in four states. Jointly, Chiapas, Campeche, Tabasco and Vera-

a nivel internacional, nacional y regional, y se realizaron 26 entrevistas semiestructuradas a productores y directivos de siete empresas que integran Oleopalmex: Palma de Aceite de Suchiate; Asociación Mapaneca; Cantón Las Palmas; Productores de Monte Bello; Productores de Palma Lirio; Palmicultores de Acapetahua; Palmicultores de Las Brisas. Se realizó la investigación de campo entre los meses de junio a noviembre de 2021, en siete municipios de Chiapas: Acapetahua, Huehuetán, Huixtla, Mapastepec, Suchiate, Tuzantán y Villa Comaltitlán, tal como se observa en la Figura 1.

cruz, harvest more than 86 000 hectares (SIAP, 2021). From the cultivated area, about 1 292 million tons of fresh fruit bunches are obtained. Of the total, in 2019, Chiapas contributed with the 50 %, Campeche 25 %, Tabasco 20 % and Veracruz 5 % (FEM-EXPALMA, 2020).

In the case of Mexico, a total of 8 000 farmers is calculated, on average, 7 600 of these own from 0.25 to 20 hectares (FEM-EXPALMA, 2020). Despite this, in the municipality of Benemérito de Las Américas in Chiapas, a trend in the land concentration on the part of large transnational companies has been identified, as well as the control in the palm oil extraction (Trejo, et al., 2020). In the section about the oil extraction, we identified an increased participation on the part of social companies¹. From the 18 companies in Mexico, 14 are of private capital and four are social companies.

In the coast of Chiapas, the expansion of oil extracting companies is the result of the productive reconversion policy promoted in the 1990s and of the objectives pursued by peasant families to obtain greater incomes (Trejo, et al., 2021).

As it can be seen in Table 1, within a period of 17 years, the most attractive crops in terms of prices were: sugar cane, mango, oil palm, banana and soy, products that increased their harvested area to the detriment of others such as corn, grasses, and sesame (SIAP, 2021). Particularly, in the case of the cocoa and coffee, the har-

CONTEXTO PRODUCTIVO DE ACEITE DE PALMA, DE LO INTERNACIONAL, A LO REGIONAL.

En las últimas dos décadas la demanda de aceites vegetales cobró relevancia por el requerimiento de biocombustibles en el sector industrial y alimentario. A nivel mundial, entre el periodo del 2016 al 2020, la superficie cultivada de palma de aceite pasó de 18.5 millones a 22.7 millones de hectáreas, lo que representó un incremento del 19 % (FEMEXPALMA, 2020:33). La superficie cultivada se concentra en Asia (89 %), África (5 %) y América Latina (6 %). En el subcontinente, México ocupa el sexto lugar, con una superficie cosechada de 94 000 hectáreas (6 %) (FEMEXPALMA, 2020).

En el sureste de México, el cultivo de palma de aceite tiene presencia en cuatro estados. De manera conjunta entre Chiapas, Campeche, Tabasco y Veracruz, cosechan más de 86 000 hectáreas (SIAP, 2021). De la superficie cultivada se obtiene cerca de 1 292 millones de toneladas de racimos de fruta fresca. Del total, en 2019, Chiapas aportó el 50 %, Campeche 25 %, Tabasco 20 % y Veracruz 5 % (FEMEXPALMA, 2020).

En el caso de México, se estima un total de 8 000 productores, de los cuales 7 600, en promedio, poseen de 0.25 a 20 hectáreas (FEMEXPALMA, 2020). A pesar de ello, se ha identificado en el municipio de Benemérito de Las Américas en Chiapas, una tendencia a la concentración

¹ Companies comprised of peasants producing oil palm.

Table 1. Harvested area of the Coast of Chiapas.
Cuadro 1. Superficie cosechada Costa de Chiapas.

Year / Año	Crops / Cultivos									
	Sesame / Ajonjolí	Cocoa / Cacao	Coffee / Café	Sugar Cane / Caña	Maize / Maíz	Mango / Mango	Palm / Palma	Grasses / Pastos	Banana / Plátano	Soy / Soya
2003	9,907	10,483	75,808	9,884	52,675	15,748	10,719	135,616	12,700	8,509
2004	9,783	10,649	75,977	10,043	48,134	17,942	11,760	140,282	15,402	10,509
2005	6,527	10,649	76,138	11,509	39,979	19,178	11,751	142,006	15,417	11,592
2006	4,035	10,103	73,212	9,443	41,853	20,188	11,727	140,857	11,616	10,845
2007	8,348	10,204	73,212	11,546	43,836	20,531	11,727	141,568	12,167	10,046
2008	8,363	10,204	72,630	12,714	46,249	22,044	11,953	141,663	15,563	10,611
2009	8,500	10,204	72,629	12,963	45,414	23,121	11,967	141,109	14,597	4,501
2010	8,003	10,159	73,518	13,172	37,351	23,645	15,486	130,360	15,148	10,584
2011	9,073	10,214	74,206	13,701	40,768	23,905	15,708	141,698	15,082	14,337
2012	8,063	10,227	74,240	13,740	42,383	24,458	14,036	133,263	14,710	11,959
2013	8,783	10,207	74,135	13,846	37,539	25,135	18,183	130,542	14,002	12,626
2014	8,566	8,685	74,121	13,981	40,263	26,156	19,635	130,545	14,002	13,011
2015	8,113	8,637	68,330	14,886	39,824	29,121	21,426	131,116	14,002	13,323
2016	8,113	8,584	61,673	14,252	38,614	31,802	22,075	131,025	13,879	12,873
2017	7,966	8,497	63,270	14,803	38,121	34,005	23,036	98,029	14,026	12,902
2018	8,071	8,458	63,318	14,110	38,750	34,497	25,536	65,001	14,007	12,856
2019	7,965	8,501	63,351	14,568	37,443	34,819	25,818	65,001	14,008	12,915
2020	7,844	8,504	66,570	14,669	38,078	34,815	nd	nd	14,008	12,906

Source: Own elaboration with data from SIAP (2021). /
 Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP (2021).

vested area has decreased, mainly due to the presence of diseases that affect the amount of production and product quality.

The oil palm is cultivated in 13 municipalities from the coast of Chiapas, from Pijijiapan to Suchiate, within an area of 29 745 hectares, from which 25 818 are cultivated, with a production value of 645 million pesos (SIAP, 2021). In this area, there are seven extracting companies, four of them from the private sector –Propalma, Oleoplama, Pakal and Aceites– and three are from the social sector –Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt and La Primavera– (FEMEXPALMA, 2020). In addition to Oleopalmex, whose factory is currently 60% constructed, which is object of this analysis.

Companies were founded with the financial support of a public policy mainly focused on the denominated “productive reconversion,” through this government program, they obtained economic resources for construction and equipment, under capitalization and recapitalization mechanisms to preferential interest rates and, in certain cases, non-refundable (Trejo, et al., 2018).

During the period of government (2012-2018) of Enrique Peña Nieto, the agricultural Policy was focused on the creation of *agrocluster*², because the objective was to incorporate companies with producer or-

² In the operation regulations by the SAGARPA, it is stated that the resources will be aimed at juridical persons with agri-food activities, interested in integrating peasant and farmer associations to develop and strengthen the value chain and generate economies of scale (SAGARPA, 2013: 68).

de tierras por grandes empresas trasnacionales, así como el control de la extracción de aceite de palma (Trejo, et al., 2020). En el segmento de la extracción de aceites, identificamos una creciente participación de empresas sociales¹. De las 18 empresas que hay en México, 14 son de capital privado y cuatro son empresas sociales.

En la costa de Chiapas, la expansión de empresas extractoras de aceite se da como producto de la política de reconversión productiva impulsada en la década de 1990 y por los objetivos que persiguen las familias campesinas para obtener mayores ingresos (Trejo, et al., 2021).

Como se observa en el Cuadro 1, en un lapso de 17 años, los cultivos más atractivos por precios fueron: caña de azúcar, mango, palma de aceite, plátano y soya, productos que incrementaron su superficie cosechada en detrimento de otros como el maíz, pastos y ajonjolí (SIAP, 2021). De manera particular, en el caso del cacao y el café, la superficie cosechada ha disminuido, principalmente por la presencia de enfermedades que afectan el monto de producción y la calidad del producto.

La palma de aceite se cultiva en 13 municipios de la costa de Chiapas, desde Pijijiapan a Suchiate, en una superficie de 29 745 hectáreas, de las cuales se cosechan 25 818, con un valor de la producción de 645 millones de pesos (SIAP, 2021). En esta área se localizan siete empresas extractoras, cuatro del sector privado –Propalma,

¹ Empresas conformadas por campesinos productores de palma de aceite.

ganizations to generate greater added value in production chains, according to the Secretariat of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food (SAGARPA by its acronym is Spanish, 2013). Although this approach sought to generate a new articulation scheme between the business and productive sectors, in the case of the oil palm chain, the association between private companies and palm-growers did not favor the inclusion of these latest and when it was possible, they do it in a subordinate way, that is why producers choose to create their own oil extracting plants.

The *agrocluster* Policy was focused on the fact that the coordination of actors from the value chain will be developed by private companies. That implied that peasants, in an organized manner, become efficient palm fruit suppliers for extracting companies. However, this purpose contrasts with the aspirations of many peasants that have boosted the creation of extracting companies because they identify that most of the value generated in the productive chain, is found in the extracting and refining process (Trejo et al., 2021).

STUDY CASE: OLEOPALMEX

From the nineties, with the oil palm booming in the coast of Chiapas, the oil extracting agribusiness was expanded through private companies such as Propalma and Oleopalma and, social companies, Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt and La Primavera. The emergence of social companies was due to the fact that in the palm system there was a process of col-

Oleoplama, Pakal y Aceites– y tres más del sector social –Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt y La Primavera– (FEMEXPALMA, 2020). Además de Oleopalma, que actualmente su planta tiene un avance del 60 % de construcción, la cual es objeto de este análisis.

Las empresas se fundaron con el apoyo financiero de una política pública enfocada principalmente a la denominada “reconversión productiva”, mediante este programa gubernamental se les proporcionaron recursos económicos para la construcción y equipamiento, bajo mecanismos de capitalización y recapitalización a tasas de interés preferenciales y, en ciertos casos, a fondo perdido (Trejo, et al., 2018).

Durante el periodo de gobierno (2012-2018) de Enrique Peña Nieto, la política agropecuaria se enfocó a la creación de *agrocluster*², dado que el objetivo era integrar a empresas con organizaciones de productores para generar mayor valor agregado en las cadenas productivas, según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2013). Si bien este enfoque procuró generar un nuevo esquema de articulación entre el sector empresarial y productivo, en el caso de la cadena de palma de aceite, la asociación entre empresas privadas y palmicultores no logró favorecer la

² En las reglas de operación de la SAGARPA se señala que los recursos serán destinados para personas morales con actividades agroalimentarias, interesadas en integrar a productores y asociaciones de productores para desarrollar y fortalecer la cadena de valor y generar economías de escala (SAGARPA, 2013: 68).

lusion between extracting companies, to the detriment of palm-growers by paying for the fruit at a lower price than the price established by the Asociación Nacional de Industriales de Aceites y Mantecas Comestibles (ANIAME); fruit ripening penalties; manipulation of the weighing system; uncertainty in the reception of fruit in seasons of greater supply, among other causes.

From the 24 initial organizations, only the Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt and La Primavera achieve the consolidation of distinct phases for the organizational process that led them to be constituted as agro-industrial companies.

Private and social companies had as common denominator that they emerged in the most important phase of cultivation expansion that goes from the 2006 to 2017, and that they receive government support to create oil extracting plants. In 2018, the Secretariat of Agriculture and Rural Development (SADER by its acronym in Spanish) changed the operating regulations and the palm cultivation stopped being a priority. From this change, the new entrepreneurial initiatives are financed by the palm-growers, who are forced to demonstrate financial viability, asset flows, and economic solvency. An example of this is the initiative of Oleopalmex, which is discussed below.

The background to form Oleopalmex dates to 2009, when 27 organizations shaped the Consejo Regional de Palmicultores del Soconusco, A.C., motivated by the proposal of officials from the SAGARPA to integrate an *agrocluster*. Oleopalmex, has a

inclusión de estos últimos y cuando lo hicieron fue de manera subordinada, por lo que los productores optaron por crear sus propias extractoras de aceite.

La política de *agrocluster* se orientó a que la coordinación de los actores de la cadena de valor se realizará por parte de las empresas privadas. Lo que implicaba que los campesinos, de forma organizada, se convirtieran en proveedores eficientes de fruta de palma para las empresas extractoras. Sin embargo, este propósito contrasta con las aspiraciones de muchos campesinos que han impulsado la creación de empresas extractoras porque identifican que la mayor parte del valor generado en la cadena productiva se encuentra en el proceso de extracción y refinación (Trejo et al., 2021).

CASO DE ESTUDIO: OLEOPALMEX

A partir de la década de los noventa, con el auge de la palma de aceite en la costa de Chiapas, se amplió la agroindustria extractora de aceites por medio de empresas privadas como Propalma y Oleopalma y, empresas sociales, Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt y La Primavera. El surgimiento de empresas sociales obedeció a que en el sistema de palma se presentó un proceso de colusión entre empresas extractoras, en detrimento de los palmicultores por medio del pago de la fruta a un precio menor al establecido por la Asociación Nacional de Industriales de Aceites y Mantecas Comestibles (ANIAME); penalizaciones por maduración de la fruta; manipulación del sistema de pesado; incertidumbre en la recepción

complex associative scheme derived from a network of organizations linked to the oil palm production in several municipalities of the coast of Chiapas. According to Ochieng et al., (2018), Oleopalmex is the expression of the collective action of peasants within the rural environment.

The initiative of Oleopalmex was supported by the creation of the social capital, collective action, and organization. This allowed them to move from a producer association to a company with the category of Variable capital Investment Promotion Corporation, which involved farmers from municipalities of the coast of Chiapas, who have acquired 3 842 shares. Coleman (1990) says that the structures hinder the initiatives of companies in the social sector that relegates them to fruit suppliers. However, it enables them to climb the value chain through social action initiatives of greater scope and complexity.

Among the companies integrating Oleopalmex we can distinguish distinct characteristics of social capital, which makes it possible to categorize them as first and second-level companies. They have a differentiated size according to the number of partners, hectares, physical assets, qualified personnel, and shareholding as it can be seen in Table 2.

According to the social capital developed based on the density of the network, the trust, cooperation and reciprocity levels, companies found in the first level are Palma de Aceite de Suchiate, Asociación Mapaneca, Cantón Las Palmas and Productores de Monte Bello. While Productores

de fruta en temporadas de mayor oferta, entre otras causas.

De las 24 organizaciones que iniciaron, solamente Aceitera Chiapaneca La Palma, Zitihualt y La Primavera lograron consolidar las diferentes fases del proceso organizativo que los llevó a constituirse como empresas agroindustriales.

Las empresas privadas y sociales tuvieron como denominador común, que surgen en la fase más importante de expansión del cultivo que va del año 2006 al 2017, y que reciben apoyo gubernamental para la creación de las extractoras de aceite. En el año 2018, la Secretaría de Desarrollo Rural (SADER) cambió las reglas de operación y el cultivo de palma dejó de ser prioritario. A partir de este cambio, las nuevas iniciativas empresariales son financiadas por los propios palmeros, quienes tienen que demostrar, viabilidad financiera, flujos de activos y solvencia económica. Ejemplo de ello, es la iniciativa de Oleopalmex, que se analiza a continuación.

Los antecedentes para conformar Oleopalmex se remontan al año 2009, cuando 27 organizaciones conformaron el Consejo Regional de Palmicultores del Soconusco, A.C., motivados por la propuesta de funcionarios de la SAGARPA para integrar un agrocluster. Oleopalmex, tiene un complejo esquema asociativo derivado de una red de organizaciones vinculadas con la producción de palma de aceite en diversos municipios de la costa de Chiapas. Interpretando a Ochieng et al., (2018), Oleopalmex es la expresión de la acción colectiva de los campesinos en el medio rural.

Table 2. Characteristics of the companies comprising Oleopalimex. Cuadro 2. Características de las empresas que integran Oleopalimex.

Name / Nombre	Municipality / Municipio	Farmers / Productores	Hectares / Hectáreas	Shares / Acciones	Social capital/1 / Capital social/1	Physical assets/2 / Activos físicos/2	Qualified personnel/3 / Personal calificado/3
First-level / Primer Nivel							
Palma de Aceite de Suchiate	Suchiate	42	500	1 336	a, b, c, d	a, b, c, d	a, b
Asociación Map-aneca	Mapastepec	78	1 000	530	a, b, c, d	a, b, d	a, b
Cantón Las Palmas	Huehuetán	90	1 500	425	a, b, c, d	b	a, b
Productores de Monte Bello	Huehuetán	30	180	1 100	a, b, c, d	a	a, b
Second-level / Segundo Nivel							
Productores de Palma Lirio	Huixtla	78	1 000	530	a, c	a, b	-
Palmicultores de Acapetahua	Acapetahua	94	600	175	a, c	a	-
Palmicultores de Las Brisas	Villa Comalitián	60	350	186	a, c	a	-
Oleopalimex/4	Huehuetán	444	4 380	3 842	a, b, c, d	a, b, c, d	a, b

1. Social capital: a. Density of the network; b. Trust; c. Cooperation; d. Reciprocity. / 1. Capital social: a. Densidad de la red; b. Confianza; c. Cooperación; d. Reciprocidad.

2. Physical assets: a. Extension of the factory; b. Weighing system; c. Transport equipment; d. Offices. / 2. Activos físicos: a. Terreno de la empresa; b. Sistema de pesaje; c. Equipo de transporte; d. Oficinas.

3. Qualified personnel: a. Productive technical staff; b. Technical management staff. / 3. Personal calificado: a. Equipo técnico productivo; b. Equipo técnico de gestión.

4. Oleopalimex as social company incorporates the seven first and second-level companies. / 4. Oleopalimex como empresa social integra a las siete empresas de primer y segundo nivel.

Source: Elaborated with data obtained from interviews to company directors comprising Oleopalimex, October 2021. / Fuente: Elaborado con información obtenida en entrevistas a directivos de las empresas que integran Oleopalimex, octubre de 2021.

res de Palma Lirio, Palmicultores de Acapetahua and Palmicultores de Las Brisas are second-level companies, who have built a weaker social capital because they are mainly based on the density of the network and trust. Situation that is similar to the findings by Hernández and Nava (2018), for coffee producers in Veracruz.

While all farmers from the companies comprising Oleopalmex have small productive units, less than 20 ha on average³. However, companies with a more consolidated social capital level reflect it in other characteristics, such as the physical asset acquisition that include an own terrain to install weighing scales and offices, and even the purchase of transport equipment. As well, in the formation of productive technical teams such as agronomists in charge of productive performance, environmental certification and productive diversification. Likewise, in the integration of management teams with personnel specialized in administration and marketing, who produce relevant information for decision making.

The four companies that have generated a greater social capital have a dense network of social relationships as the result of the face-to-face interactions and shared experiences as farmers from the same region. Another characteristic of the social capital is the trust, which in the case of the first-level companies, is based on a management accountability process. In the case of Palma de Aceite de Suchiate “despite having a pre-established calendar

La iniciativa de Oleopalmex se sustentó en la creación de capital social, acción colectiva y organización. Lo que les permitió transitar de una asociación de productores a una empresa con la categoría de Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, la cual involucró a productores de municipios de la costa de Chiapas, quienes han adquirido 3 842 acciones. Haciendo una interpretación de Coleman (1990), representa que las estructuras obstaculizan las iniciativas de las empresas del sector social que las relega a la proveeduría de fruta. Sin embargo, les posibilita escalar en la cadena de valor a través de iniciativas de acción social de mayor envergadura y complejidad.

Entre las empresas que integran Oleopalmex se pueden distinguir distintas características de capital social, lo que permite categorizarlas como empresas de primer y segundo nivel. Tienen un tamaño diferenciado según el número de socios, hectáreas, activos físicos, personal calificado y participación accionaria, tal como se observa en el cuadro 2.

De acuerdo con el capital social que han desarrollado con base en la densidad de la red, los niveles de confianza, cooperación y reciprocidad, las empresas que se encuentran en el primer nivel son Palma de Aceite de Suchiate, Asociación Mapaneca, Cantón Las Palmas y Productores de Monte Bello. Mientras que empresas de segundo nivel son Productores de Palma Lirio, Palmicultores de Acapetahua y Palmicultores de Las Brisas, quienes han construido un capital social más débil, ya que se basan principalmente en la densidad de la red y con-

³ Given the relationship between the number of hectares and the number of producers.

for accountability, partners can request an explanation about the resource management on any date” (Personal communication with members from Palma de Aceite de Suchiate, October 11th, 2021). This, from the approach of (Ostrom and Ahn, 2003; Durston, 2000) represents a mechanism of trust creation and reproduction with the members. At the same time, it stimulates a greater cooperation and reciprocity among them.

Contrary to the previous case, companies that demonstrate a weaker social capital, are the result of a low cooperation and trust level due to the scarce operability of the Administrative Council. This motivates the emergence of an undesirable feature for this type of social company, such as dependence on the leadership role played by one of its members. In the second-level companies of social capital, the leadership exercised by some of their members, has become a mechanism that try to meet the set of responsibilities that correspond to the network as a whole and the Administrative Council. The activism focused on some of its members has played a significant role, since it compensates for the lower levels of trust and reciprocity in companies with less social capital. At the same time, it is an undesired characteristics, because dilutes the obligations of other members of the company and gives rise to opportunistic behavior. As in the case of some producers that sell a minimum part of the fruit to their companies and the rest is marketed with other companies that can pay more.

In view of the difficulties operatively faced by the second-level companies, they

fianza. Situación que resulta semejante a los hallazgos de Hernández y Nava (2018), para los productores de café en Veracruz.

Si bien, todos los productores de las empresas que integran Oleopalmex tienen en promedio unidades productivas pequeñas, menor a 20 ha³. No obstante, las empresas que tienen un nivel de capital social más consolidado lo reflejan en otras características como la adquisición de activos físicos que comprenden terreno propio para la instalación de básculas y oficinas, e incluso la adquisición de equipo de transporte. También en la conformación de equipos técnicos productivos como agrónomos encargados del rendimiento productivo, la certificación ambiental y la diversificación productiva. Asimismo, en la integración de equipos de gestión con personal especializado en administración y comercialización, quienes producen información relevante para la toma de decisiones.

Las cuatro empresas que han generado un mayor capital social tienen una red densa de relaciones sociales producto de interacciones cara a cara y de compartir experiencias como agricultores de la misma región. Otra de las características del capital social es la confianza, que en el caso de las empresas de primer nivel se basa en un proceso de rendición de cuentas por parte los directivos. En el caso de Palma de Aceite de Suchiate “a pesar de tener un calendario preestablecido para la rendición de cuentas, los socios pueden solicitar en cualquier fecha explicación del manejo de recursos”

³ Dada la relación número de hectáreas entre número de productores.

have resorted to the productive and administrative technical support offered by the first-level companies. In this regard, the head of a first-level company says that “companies that do not have machinery, equipment and specialized personnel, ask us for support to carry out the corresponding collection process and billing” (Personal communication with the head of the Asociación Mapaneca, October 14th, 2021).

Due to the dense social, trust, cooperation and reciprocity network among farmers, the Palma de Aceite de Suchiate has collective action processes that transcend the oil palm production and its own participation in Oleopalmex. They have begun a business strategy that seeks the diversification of their sources of income. Taking advantage of its geographical location close to the customs of Ciudad Hidalgo bordering Guatemala, it is proposed to build industrial warehouses, which are leased, to house merchandise in the process of exporting to Central America. This diversification of activities represents, according to Rello (2014), a complex strategy that allows to value assets and capitals of agricultural producers.

Independently of the individual objectives of each organization, Oleopalmex represents a transition to common objectives. These pass from the fruit supply to the oil extraction with the purpose of obtaining greater dividends. As well as reducing the control that companies exercise over fruit suppliers. From the perspective of Scott (2016), it represents that the com-

(Comunicación personal con socios de Palma de Aceite de Suchiate, 11 de octubre de 2021). Lo que desde el planteamiento de (Ostrom y Ahn, 2003; Durston, 2000) representa un mecanismo de creación y reproducción de confianza entre los integrantes. A la vez que estimula una mayor cooperación y reciprocidad entre los integrantes.

A diferencia de lo anterior, las empresas que manifiestan un capital social más débil, es producto del bajo nivel de cooperación y confianza por la escasa operatividad del Consejo Administrativo. Lo que motiva a la emergencia de un rasgo indeseable para este tipo de empresas sociales como es la dependencia respecto al papel de liderazgo que desempeña alguno de sus miembros. En las empresas de segundo nivel de capital social, el liderazgo que ejercen algunos de sus integrantes, se ha convertido en un mecanismo que trata de responder al conjunto de responsabilidades que corresponden a la red en conjunto y al Consejo Administrativo. Si bien el activismo centrado en algunos de sus miembros ha jugado un importante papel, ya que compensa los menores niveles de confianza y reciprocidad en las empresas con menor capital social. Al mismo tiempo es un rasgo no deseable, ya que diluye las obligaciones de los otros integrantes de la empresa y da pie al surgimiento de comportamientos oportunistas. Como en el caso de algunos productores que venden una mínima parte de la fruta a su empresa y el resto lo comercializan con otras empresas que les puedan pagar más.

mon interests prevail over the individual interests due to the definition of standards and respect for the shared rules.

Three aspects highlight in the analysis of Oleopalmex as the expression of the seven companies comprising it. The first one is that it has created a dense network of palm producers that cover seven municipalities of the coast of Chiapas, which represents a meaningful differences compared to other social companies from the region, since the latter only bring together partners from the same municipality where the company is located. The second aspect is that it has created trust among companies according to the a) the experience of 13 years of joint work; b) accountability for the capital invested in the extraction plant; and c) compliance with standards and rules established by the company. The third aspect is that what promotes cooperation, and that first-level companies contribute to overcome the shortcomings of the second-level ones, regarding their technical and administrative equipment. According to Solís and Lima (2013), this represents that farmers and social companies establish a network of stable relationships that allows to take advantage of the wealth of tangible and intangible resources that are available together.

The social capital and collective action have allowed Oleopalmex to develop a business scheme, which has played a key role for some changes in the palm oil extraction system within the region. The installation of the extracting plant in the municipality of

Ante las dificultades que enfrentan operativamente las empresas de segundo nivel, han recurrido al apoyo técnico productivo y administrativo que les prestan las empresas que se ubican en el primer nivel. Al respecto, el presidente de una empresa de primer nivel menciona que “las empresas que no cuentan con maquinaria, equipo y personal especializado, nos piden apoyo para realizar el proceso de acopio y la facturación correspondiente” (Comunicación personal con directivo de la Asociación Mapaneca, 14 de octubre de 2021).

Por la densa red social, confianza, cooperación y reciprocidad entre productores, ha propiciado que Palma de Aceite de Suchiate tenga procesos de acción colectiva que trascienden la producción de palma de aceite y su propia participación en Oleopalmex. Han emprendido una estrategia empresarial que busca diversificar sus fuentes de ingreso. Aprovechando su ubicación geográfica cercana a la aduana de Ciudad Hidalgo fronteriza con Guatemala, se proponen construir naves industriales, que den en arrendamiento, para albergar mercancías en el proceso de exportación a Centroamérica. Esta diversificación de actividades representa, según Rello (2014), una estrategia compleja que permite valorizar los activos y capitales de los productores agrícolas.

Independientemente de los objetivos individuales de cada organización, Oleopalmex representa una transición a objetivos comunes. Los cuales pasan de la proveeduría de fruta a la extracción de aceites,

Huehuetán follow a strategic point between the municipality of Mapastepec and Suchiate, which has made it possible to decrease the transport costs for members and independent farmers that decide to sell the fruit. From the perspective of Rivera and Kliksberg (2007), it represents that the forms of association result in concrete benefits for all farmers involved.

The Management Board of Oleopalmex has agreed, as part of its collective action, that until the construction of the extraction plant is completed, the member companies are free to determine the best option for marketing the fruit. From this decision, Oleopalmex collects fruit from four of its companies, Palma de Aceite de Suchiate; Palmicultores de Monte Bello; Productores de Palma Lirio and Asociación Mapaneca. The remaining three, which are Palmicultores de Las Brisas; Palmicultores Cantón Las Palmas and Palmicultores de Acapetahua, market through Propalma, a private equity firm (Table 3).

Currently, in face of the inability to process the fruit, Oleopalmex assumed the strategy of selling 95% of its collection to the company UUMBAL, located in Palenque, in the northern part of the state and the remaining fruit to the company Aceites, located in Acapetahua. This action decreases the fruit supply available for the oil extracting plants within the region, which means that approximately 95 000 tons of fruit leaves the production system per year. This has resulted in an increase in product prices, which has allowed the price to be equal to that established by the ANIAME. This circumstance represents an historical fact

con el propósito de obtener mayores dividendos. Así como disminuir el control que ejercen las empresas sobre los proveedores de fruta. Lo que representa, desde la perspectiva de Scott (2016), que los intereses comunes prevalecen sobre los intereses individuales por la definición de normas y respeto de las reglas compartidas.

En el análisis de Oleopalmex como la expresión de las siete empresas que la integran, destacan tres aspectos. El primero, ha sido crear una red densa de productores de palma que abarcan siete municipios de la costa de Chiapas, lo que representa una diferencia importante con respecto a las otras empresas sociales de la región, ya que estas últimas aglutinan tan solo a socios del mismo municipio donde se ubica la empresa. El segundo aspecto es que ha creado confianza entre las empresas con base en: a) la experiencia de 13 años de trabajo conjunto; b) la rendición de cuentas respecto al capital invertido en la planta extractora; y c) el cumplimiento de normas y reglas establecidas por la empresa. El tercer aspecto es que promueve la cooperación y que las empresas de primer nivel contribuyen a superar las carencias de las de segundo nivel, en relación con sus equipos técnicos y administrativos. Esto representa, interpretando a Solís y Lima (2013), que los productores y las empresas sociales establecen una red de relaciones estables que les permite aprovechar el acervo de recursos tangibles e intangibles de los que se dispone en conjunto.

El capital social y la acción colectiva han permitido a Oleopalmex desarrollar un esquema de negocios, lo que ha jugado un

Table 3. Marketing structure of social companies comprising Oleopalmex.**Cuadro 3.** Estructura de comercialización de las empresas sociales integrantes de Oleopalmex.

Name / Nombre	Region Coast of Chiapas / Región Costa de Chiapas		Region Palenque / Región Palenque
	Private sector / Sector privado	Social sector / Sector social	Private sector / Sector privado
First-level / Primer Nivel			
Palma de Aceite de Suchiate	-	Oleopalmex	-
Asociación Mapaneca	-	Oleopalmex	-
Cantón Las Palmas	Propalma	-	-
Productores de Monte Bello	-	Oleopalmex	-
Second-level / Segundo Nivel			
Productores de Palma Lirio	-	Oleopalmex	-
Palmicultores de Acapetahua	Pakal, Propalma, Oleopalma, Aceites	-	-
Palmicultores de Las Brisas		-	-
Oleopalmex ¹	Aceites	-	Palma Tika, UUMBAL

¹ Oleopalmex as social company incorporated the seven first and second-level companies. /

¹Oleopalmex como empresa social integra a las siete empresas de primer y segundo nivel.

Source: Elaborated with data obtained from directors of the companies comprising Oleopalmex, October 2021./

Fuente: Elaborado con información obtenida a directivos de las empresas que integran Oleopalmex, octubre, 2021.

because it is the highest price reached per ton of fruit in the region. Situation that is reinforced by the growing demand for fruit exerted by the company Aceites, which begins operations from 2021. Unlike the study of Camacho (2011), where he states that the collective action is focused on the cost decrease for milk producers in Tecamachalco, in the case of Oleopalmex, in

papel determinante en algunos cambios en el sistema de extracción de aceites de palma en la región. La instalación de la planta extractora en el municipio de Huehuetán obedece a un punto estratégico entre el municipio de Mapastepec y Suchiate lo que ha posibilitado reducir los costos de transporte para los socios y a los productores independientes que decidan venderles

addition to reducing costs, it also seeks to increase the price of the oil palm fruit.

The palm cultivation has been associated to a negative environmental impact, in face of this situation, international organisms such as the Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) and Solidarity, as well as the Mexican government, have been focused on establish environmental certification standards for the production chain. To address what was said above, Oleopalmex resorts to collective action to generate certification processes in two areas. The first one focused on the construction of the oil processing plant, beginning with the authorization of the environmental impact study that includes a minimum distance from urban centers and protected natural areas, and ending up with the plant design and construction materials. The second, referred to the certification of plantations, which will allow producers to be certified independently of the proposal made by private companies.

Considering the mistrusts generated by the certifying bodies, documented in the studies of Trejo, et al., (2021), Oleopalmex, through the Management Board, agreed to generate a strategy to get a jointly certification in the RSPO, this situation helped to decrease the dependency on the part of farmers to private companies, which will become them captive farmers.

Although there were advances in the organizational process and problem-solving strategies in Oleopalmex, the company faces two great challenges. The first one is to strengthen the companies with a poor

la fruta. Lo que representa desde la perspectiva de Rivera y Kliksberg (2007), que las formas de asociación se traducen en beneficios concretos para todos los productores involucrados.

El Consejo de Administración de Oleopalmex ha acordado, como parte de su acción colectiva, que en tanto se termina la construcción de la planta extractora, las empresas agremiadas tienen la libertad de determinar cuál es la mejor opción de comercialización de la fruta. A partir de esta decisión, Oleopalmex acopia la fruta de cuatro de sus empresas, Palma de Aceite de Suchiate; Palmicultores de Monte Bello; Productores de Palma Lirio y Asociación Mapaneca. Las tres restantes, que son Palmicultores de Las Brisas; Palmicultores Cantón Las Palmas y Palmicultores de Acapetahua, comercializan por medio de Propalma, empresa de capital privado (Cuadro 3).

En el presente, ante la imposibilidad de procesar la fruta, Oleopalmex asumió la estrategia de vender el 95 % de su acopio a la empresa UUMBAL, localizada en Palenque, al norte del estado y el restante a la empresa Aceites, ubicada en Acapetahua. Acción que reduce la oferta de fruta disponible para las extractoras de aceite de la región, lo que significa que salen del sistema productivo aproximadamente 95 000 toneladas anuales de fruta. Esto se ha traducido en un incremento de precios del producto, lo que ha permitido que se iguale el precio a lo establecido por la ANIAME. Circunstancia que representa un hecho histórico, porque es el mayor precio alcanzado por la tonelada de fruta en la región. Situación que

social capital, as well as poor physical and human assets. As with the strong leadership exercised by the head of Productores de Palma Lirio, who has assumed the task to maintain active the organization, participate in the marketing and assume part of the private operative expenses that cannot be covered by the shares of the members.

The weaknesses of Palma Lirio need a deepening of the joint participation of Oleopalmex to strengthen its technical equipment, infrastructure, and organizational capacity. Which will allow to share duties among its members and decrease the dependency on their head. Situation that we think can be achieved in a relatively brief period.

The second one is referred to obtain financing for the construction of processing plant as product of the contribution of its members and the sale of shares that have reached 60 % of the progress. For the self-financing, it is important to analyze the consolidated sales strategy to demonstrate capital flows in each company and, specifically, in Oleopalmex, which makes it possible for them, to be able for obtaining a credit. The other way to access credits is by using the industrial warehouse as guarantee, which nowadays has an approximate value of 15'000 000.00 (fifteen million pesos 00/100 MN), which will help them to conclude with the construction.

One of the virtues of Oleopalmex, is that it makes it possible for its partners such as Palma de Aceite de Suchiate, to establish objectives that transcend their participation in the company. Which allows to ob-

se ve reforzada por la creciente demanda de fruta ejercida por la empresa Aceites, quien inicia operaciones a partir del 2021. A diferencia del trabajo de Camacho (2011), donde identifica que la acción colectiva se centra en la disminución de costos para los productores de leche de Tecamachalco, en el caso de Oleopalmex, además de reducir costos busca también el incremento de precios de la fruta de palma de aceite.

El cultivo de palma se ha asociado a un negativo impacto ambiental, ante tal situación, organismos internacionales como la Mesa Redonda Sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO por sus siglas en inglés) y Solidaridad, así como el gobierno mexicano, se han enfocado a establecer normas de certificación ambiental para la cadena productiva. Para atender lo anterior, Oleopalmex recurre a la acción colectiva para generar procesos de certificación en dos ámbitos. El primero, enfocado a la construcción de la planta procesadora de aceites que van desde la autorización del estudio de impacto ambiental que incluye una distancia mínima de centros urbanos y áreas naturales protegidas, diseño de la planta y materiales de construcción. El segundo, referido a la certificación de las plantaciones, lo que permitirá que los productores puedan certificarse de manera independiente de la propuesta realizada por las empresas privadas.

Ante la desconfianza que generan los organismos certificadores, documentado en los trabajos de Trejo, et al., (2021), Oleopalmex, a través del Consejo de Administración, acordó generar una estrategia para certificarse de manera conjunta en la

tain incomes because of activities outside the palm system, but at the same time they can be used to obtain a greater number of shares that make it possible to finance their company. However, one of the biggest challenges faced by the company, is to maintain the cohesion of its members, because the collective action and social capital of Oleopalmex, are essential to strengthen the second and first-level companies of the extracting plant.

CONCLUSIONS

Considering the aim of this study, we can affirm that the oil palm producers in the coast of Chiapas, have created social capital that allows them to deploy collective action processes that have led them to build the company Oleopalmex, with which they partially meet the conditions implemented by the extracting companies of the region. This occurs in two fields of analysis, the first one is the individual social capital within seven companies that comprise it and the second one, is that expressed at the level of the whole Oleopalmex.

The seven companies comprising Oleopalmex have developed certain level of social capital. However, the analysis of companies according to their level of social capital allowed to categorize them as first and second-level companies. The first-level companies have created a dense network of social relationships among their members that are based on the experience of face-to-face relationships, which allows them to trust the behavior of other farmers and encourages cooperation and reciprocity. In this case, trust is placed in

RSPO, situación que contribuyó a reducir la dependencia de los productores de las empresas privadas, lo que los convertiría en productores cautivos.

A pesar de que hubo avances en el proceso organizativo y estrategias de resolución de problemas en Oleopalmex, la empresa enfrenta dos grandes retos. El primero, fortalecer a las empresas que tienen un escaso capital social y de activos físicos y humanos. Tal como ocurre con el fuerte liderazgo que ejerce el presidente de Productores de Palma Lirio, quien ha asumido el trabajo de mantener activa la organización, participar en la comercialización y asumir parte de los gastos operativos que no pueden cubrirse con las cuotas de los socios.

Las debilidades de Palma Lirio requieren de una profundización de la participación conjunta de Oleopalmex para fortalecer su equipo técnico, infraestructura y capacidad organizativa. Lo que permitirá compartir las funciones entre sus asociados y disminuir la dependencia que tienen de su presidente. Situación que consideramos puede lograrse en un periodo relativamente corto.

El segundo, se refiere a obtener financiamiento para la construcción de la planta procesadora. Producto de la aportación de sus integrantes y de la venta de acciones que han llegado al 60 % del avance. En el autofinanciamiento se requiere afianzar la estrategia de venta consolidada para demostrar flujos de capital en cada una de las empresas y, específicamente, en Oleopalmex, lo que los posibilita a ser sujetos de crédito. La otra forma de acceder a crédito

some members that plays the leader role, who at the same time oversees the responsibilities that correspond to all the members of the company.

At the analysis level of Oleopalmex as a whole, it can be seen the construction of a wide network of companies from different municipalities in the region. In this network, elevated levels of trust are manifested due to the transparency in management processes, accountability, and shared projects in the territory. Also, in this network, first-level companies with social capital cooperate widely with the second-level ones in the transmission of knowledge that serves to correct their deficiencies in the productive and administrative sphere.

In face of the increasing demand exercised by extracting companies, the fruit collection process and marketing strategy of Oleopalmex with companies located to the north of the entity, have impacted positively on prices for all farmers of the region. Marketing developed mostly outside the regional system, allows them to obtain higher dividends that are the result of a higher income for farmers, as well as the growing possibility of investing in the company itself. All this contributes to generate trust, cooperation, and reciprocity among those who are members of the companies, which at the same time, strengthens the sense of belonging to Oleopalmex.

End of English version

tos es dejar en garantía la nave industrial que actualmente tiene un valor aproximado de 15'000 000.00 (quince millones de pesos 00/100 MN), lo que les posibilitará concluir la construcción.

Una de las virtudes de Oleopalmex, es que permite a sus socios como Palma de Aceite de Suchiate, que se planteen objetivos que trascienden su participación en la empresa. Lo que le posibilita obtener ingresos producto de actividades ajenas al sistema de palma, pero que a su vez puede servir para obtener un mayor número de acciones que le propicie continuar financiando a la empresa. No obstante, uno de los retos más importantes que enfrenta la empresa, es mantener la cohesión de sus integrantes, dado que la acción colectiva y el capital social de Oleopalmex, son imprescindibles para fortalecer a las empresas de segundo nivel y terminar la construcción de la planta extractora.

CONCLUSIONES

Considerando el objetivo de este estudio, se puede afirmar que los productores de palma de aceite en la costa de Chiapas han generado capital social que les permite desplegar procesos de acción colectiva que los ha llevado a construir la empresa Oleopalmex, con lo que dan respuesta de manera parcial a las condiciones que implantan las empresas extractoras de la región. Esto ocurre en dos ámbitos de análisis, el primero, es el capital social individual dentro de las siete empresas que integran y el segundo, es el que se expresa a nivel del conjunto de Oleopalmex.

REFERENCES / REFERENCIAS

- Camacho Vera, J. H. (2011). *Acciones colectivas y Capital social en productores lecheros en la cuenca de Tecamachalco, Puebla*. En (Coord.), H. Bernal Mendoza, y B. Ramírez Valverde. *Investigación interdisciplinaria para el desarrollo rural en Puebla y Tlaxcala* (págs. 229-249). Puebla: Altres Costa-Amic Editores, S.A de C.V.
- CEIEG. (2022). Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas. <https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>
- Coleman, James S. (1990). *Foundations of social theory*. EUA: Harvard University Press, pp. 302-304.
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5969/S0007574_es.pdf
- Federación Mexicana de Palma de Aceite. (09 de 2020). <https://femexpalma.com.mx/>. Recuperado el 13 de 07 de 2021, de http://femexpalma.com.mx/femexpalma.ftp/anuario_estadistico_2020.pdf
- Hernández Sánchez, M. I., y Nava Tablada, M. E. (2018). Acción colectiva y organizaciones cafetaleras en dos regiones de Veracruz. En (Coord.), N. Hernández Cortez, L. C. Ruelas Monjardín, y M. E. Nava Tablada, *Sustentabilidad del desarrollo: desafíos y propuestas* págs. 197-217). Xalapa: Secretaría de Educación de Veracruz.
- Lugo Morin, D. R. (2013). La acción colectiva rural en los sistemas productivos dinámicos. *Revista de Estudios Sociales*, 157-168. <https://doi.org/10.7440/res47.2013.12>

Las siete empresas que conforman Oleopalmex han desarrollado cierto nivel de capital social. Sin embargo, el análisis de las empresas según su nivel de capital social permitió categorizarlas en empresas de primer y segundo nivel. Las empresas de primer nivel han creado una densa red de relaciones sociales entre sus agremiados, que se sustentan en la experiencia de relaciones cara a cara, lo que les permite confiar en el comportamiento de los otros productores y estimula la cooperación y reciprocidad. Mientras que en las empresas de segundo nivel la densidad de relaciones y la cooperación es menor, y se manifiesta de baja reciprocidad. En este caso, la confianza se deposita en algún integrante que desempeña el papel de líder, pero que a la vez carga con las responsabilidades que corresponden a todos los integrantes de la empresa.

En el nivel de análisis de Oleopalmex en su conjunto, se observa la construcción de una amplia red de empresas de diversos municipios de la región. En dicha red se manifiestan niveles altos de confianza por la transparencia en los procesos de gestión, rendición de cuentas y proyectos compartidos en el territorio. Además de que, en esta red, las empresas de primer nivel de capital social cooperan ampliamente con las de segundo nivel en la transmisión de conocimientos que sirven para subsanar sus deficiencias en el ámbito productivo y administrativo.

Ante la creciente demanda que ejercen las empresas extractoras, el proceso de acopio y la estrategia de comercialización de fruta de Oleopalmex con empresas lo-

- MartínezCarazo,P.(2006).Elmétododeestudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, núm. 20, julio, 2006, pp. 165-193. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602005.pdf>
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- Ochieng, J., Knerr, B., Owuor, G., y Ouma, E. (2018). Strengthening collective action to improve marketing performance: evidence from farmer groups in Central Africa. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 169-189. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2018.1432493>
- Ostrom, E., y Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, 1, 155-233. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v65n1/v65n1a5.pdf>
- Putnam, R. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy*, 6 (1), pp. 65-78.
- Rello, F. (2014). *Capital social, factor clave en experiencias de diversificación productiva*. En Sophie Ávila Foucat (Coord.). *Pobreza y sustentabilidad. Capitales en comunidades rurales*. Ariel-UNAM, (págs. 211-229).
- Rivera, M., y Kliksberg, B. (2007). *El capital social movilizado contra la pobreza: la experiencia del Proyecto de Comunidades Especiales en Puerto Rico*. CLACSO, Buenos Aires.
- SAGARPA. (18 de diciembre de 2013). Acuerdo por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Fomento a la Agricultura de la Secretaría de
- calizadas al norte de la entidad, ha tenido efectos positivos en los precios para todos los productores de la región. Comercializar mayoritariamente fuera del sistema regional, le permite obtener mayores dividendos que se traducen en ingresos superiores para los productores, así como en la creciente posibilidad de invertir en la propia empresa. Todo ello contribuye a generar confianza, cooperación y reciprocidad entre quienes integran las empresas, así como entre las propias empresas, lo que a su vez fortalece el sentido de pertenencia a Oleopalmex.

Fin de la versión en español

- Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. *Diario Oficial de la Federación*, págs. 1-624.
- Scott, W. R. (2016). *Organizations and Organizing. Rational, Natural, and Open System Perspectives*. London and New York: Routledge Taylor y Francis Group.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2021). Recuperado el 17 de 11 de 2021, de <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>
- Solís, F., y Limas, M. (2013). "Capital social y desarrollo: origen, definiciones y dimensiones de análisis". *Nóesis*, Vol. 22, número 43, Tomo I. DOI: <https://doi.org/10.20983/noesis.2013.1.6>
- Trejo Sánchez, E. d., Valdiviezo Ocampo, G. S., y Fletes Ocón, H. B. (2018). Reestructuración productiva: el caso de la palma de aceite en la microrregión costera de Chiapas. En H. B. Fletes Ocón, P. Vargas Vencis, y H. M. Jiménez Acebedo, *Actores, reconfiguración socioterritorial y desarrollo en Chiapas* (págs. 77-105). Tuxtla Gutiérrez: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Trejo Sánchez, E. d., Valdiviezo Ocampo, G. S., y Parra Vázquez, M. R. (2021). Subjetividades en las estrategias de vida de las familias productoras de palma africana en la microrregión costera de Chiapas. *Revista Pueblos y fronteras digital*, 16, 1-33. Obtenido de <https://www.pueblosyfronteras.unam.mx/index.php/index.php/pyf/article/view/539/1153>
- Trejo Sánchez, E. d., Valdiviezo Ocampo, G., y Parra Vázquez, M. R. (2020). Governance of African Palm Production and Lifeways of Palm Producers in Two Municipalities of the Chiapas Jungle. En M. (Editors.) Arce Ibarra, M. R. Parra Vázquez, E. Bello Baltazar, y L. Gomes de Araujo, *Socio-Environmental Regimes and Local Visions. Transdisciplinary Experiences in Latin America* (págs. 335-361). Switzerland: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-49767-5>
- Vega-Leinert, A. C., y Sandoval, D., Vega del Valle, I. D., Calzada-Mendoza, J. M., Clausing, P. (2021). Cultivo de palma de aceite en México - Balance de la situación actual y análisis especial. Ciudad de México: Universidad de Greifswald, CECCAM. <http://mexicoviaberlin.org/wp-content/uploads/2021/05/palma-de-aceite-en-mex.pdf>