

Perspectivas del sector agropecuario más allá de lo primario

Introducción

Varias experiencias académicas en San Andrés isla han ayudado a tener un panorama del sector agropecuario con cierto énfasis en aspectos técnicos. Formas y tipos de producción agrícola y pecuaria, niveles de productividad, problemas y fortalezas productivas, son aspectos que han sido descritos y que plantean interrogantes para la ciencia social y la sociología en particular. Muchas de las prácticas productivas agropecuarias que, de manera doméstica y tradicional, aún se practican en la isla de manera significativa (como el 'modelo productivo integrado', que reúne producción agrícola y pecuaria), son adecuadas para las condiciones ambientales existentes (tipo de suelo, clima, humedad, etc.), además de promover el autoconsumo como una fuente importante de seguridad alimentaria para las familias productoras (López, 2004:88-94). A pesar de ello se resalta la marginalidad de la actividad agropecuaria en la isla, que tan sólo ocupa al 1% de la población isleña, y cuya principal función alimentaria es sustituida por el mercado externo (Colombia continental, E.U., Panamá y Nicaragua especialmente) y su fuerte competencia con productos locales; todo lo cual lleva a preguntarnos acerca de las perspectivas del sector agropecuario y la soberanía alimentaria de la isla.

Una posible respuesta partiría de complementar la visión del sector agropecuario desde el punto de vista estrictamente productivo y detenerse en los otros momentos del ciclo económico (distribución, consumo, transformación y circulación) que sufren los productos de los pequeños productores locales para determinar el nivel de incidencia que tienen en el mercado, pero también aquella que pueden llegar a tener. Ello puede hacerse partiendo de un análisis de las interacciones entre el sector agrícola, el de transformación y el de servicios.

Teniendo en cuenta, además, que el marco en el que se desarrolla el trabajo académico en San Andrés isla es el proyecto "Apoyo de la conformación de una sociedad agroindustrial a partir de los pequeños agricultores", las relaciones que se establecen entre el sector agropecuario y otros como el comercio o la industria son punto de partida insoslayable, en la medida que sólo a partir del fortalecimiento y solidificación de tales relaciones puede hablarse propiamente de encadenamiento productivo y, por tanto, de agroindustrialización (como perspectiva para el sector agropecuario isleño).

Por: Ana Camila García (Sociología)

Tutores: Alonso Correa (sede Bogotá), Jaime Polanía (sede Caribe)

Objetivo general

Establecer los niveles y formas de articulación que hoy tienen los agricultores entre su actividad (sector primario), el sector de transformación (manufactura e industria), el comercio y los servicios.

Objetivos específicos

- Determinar la incidencia que tiene la lógica predominante en la pequeña producción agropecuaria de la isla en los niveles de articulación.
- Identificar los productos agropecuarios de mayor potencialidad comercial y los sectores sociales más involucrados en sus distintos momentos económicos.
- Caracterizar la demanda, los consumidores, canales de comercialización y de servicios alrededor de productos agrícolas de mayor potencialidad comercial.
- Proponer estrategias asociativas para el fortalecimiento de articulaciones comerciales y la posible potencialización de cadenas productivas agropecuarias.

Metodología

Consta de tres etapas básicas (no estrictamente sucesivas), sintetizadas en el cuadro 1.

Cuadro 1. Síntesis de la metodología empleada.

Etapa	Actividades
Exploratoria	Primeras aproximaciones al problema, a los sectores sociales involucrados y sus agentes sociales -agricultores, vendedores ambulantes, hoteles, etc.
Comprensiva y analítica	Mayor conocimiento de las relaciones entre sectores productivos e identificación de algunas regularidades y principales características del fenómeno.
Propositiva	Consta básicamente de propuestas para la asociación entre productores agropecuarios.

Cada etapa contiene técnicas de investigación particulares en la medida en que el objetivo es distinto, pero puede decirse que el trabajo se realizó basado en técnicas etnográficas, con prioridad para el trabajo empírico en campo. Entrevistas (más o menos estructuradas según la fase a que corresponda), observación participante, discusiones y charlas informales constituyeron el trabajo de campo. Particularmente útil ha sido que quien realiza la investigación sea externa al contexto caribe, pues facilita la percepción de la realidad isleña. La vivencia de la cotidianidad acerca dramáticamente a la realidad sanandresana, al sector agropecuario y al problema de investigación. En tal sentido, la consulta bibliográfica y el análisis de fuentes secundarias han sido menos enfáticos.

Análisis de actividades

Todas estas actividades se vieron enmarcadas dentro del desarrollo de los proyectos "Generación de opciones tecnológicas para la producción agropecuaria en la Reserva de Biosfera "Seaflower" (San Andrés Islas)" y de la Secretaría de Agricultura con el sector agropecuario. La reunión de cada lunes ayudó a tal coordinación de actividades, así como hallar un común denominador de los problemas que iban surgiendo en el desarrollo de los diferentes proyectos particulares. Por

otro lado, la presencia de CORALINA cumplió la doble función de contextualizar sus prácticas y métodos de trabajo, así como de darle a la Universidad, a través de los estudiantes de pasantía, un papel activo en la medida que hubo alto grado de aceptación de las propuestas, aunque haya habido problemas en los ritmos de trabajo.

Se resaltan dos fortalezas del proyecto: por un lado el hecho de que varios estudiantes apoyaron el sector agropecuario de la isla; por otro lado la interdisciplinariedad del equipo de trabajo que complementa la visión de la respectiva formación disciplinar. El acercamiento a la problemática técnica (desde la agronomía y la zootecnia) posibilitó la comprensión de muchos aspectos importantes de lo que es el sector primario en San Andrés isla.

Desde el planteamiento de este proyecto de investigación se habló de productos agropecuarios, dejando abierta la posibilidad de trabajar con frutas, verduras o servicios ambientales (agroturismo, ecoturismo). En el cuadro de actividades se notará que se priorizó el estudio de los productos alimentarios sobre la venta de servicios ambientales, y ello se debió básicamente al hecho de que ya estaba comenzado un proceso muy interesante con los productores agropecuarios, y era importante continuar este trabajo. Del mismo modo, durante el desarrollo del proyecto se vio la necesidad de empezar a diversificar los contactos con agricultores y ampliar la muestra de los productores con los que lleva a cabo la investigación.

Quiere resaltarse sin embargo la importancia de desarrollar la investigación en el tema del agro y el ecoturismo. De las visitas a los lugares de turismo pudo establecerse que con cierta regularidad el problema étnico está en el trasfondo. Hasta ahora el ecoturismo ha venido siendo manejado con un discurso dicotómico del mundo, según el cual unos van a observar y a sorprenderse con otros, donde los que pagan por ver consideran 'exóticos' a los vistos; y en la medida que este sector está siendo planteado como la punta de lanza del archipiélago para enfrentar el TLC (Sena, 2005).

Las visitas a los hoteles se hicieron durante el periodo inicial de la investigación con el objetivo de establecer el tipo de relaciones que manejan estas instituciones con el sector agropecuario, es decir, establecer las articulaciones comerciales entre ambos sectores. El contacto no resultó difícil, en general tuvieron la disposición de responder inquietudes y de hecho varios manifestaron su interés para colaborar con el proyecto de recuperación del sector agropecuario. La aplicación de una encuesta con preguntas abiertas dio lugar a los siguientes resultados:

- Los huéspedes tipo vienen de manera regular a San Andrés a través del plan todo incluido, elemento que debe ser tenido en cuenta porque a nivel de consumo tanto alimentario como agro-ecológico implica una previa planeación a la que el huésped simplemente se acoge. Esta planeación está determinada también por el tipo de temporada; si es alta funciona el *buffet*, si es baja se utiliza más regularmente el servicio a la carta.
- En este sentido las ofertas que hacen los hoteles no está determinada por demandas especializadas o particulares (de parte de cada huésped). Antes bien, se deben a generalidades del mercado turístico, como las temporadas altas y bajas. No se ha desarrollado ningún tipo de mercado (alimentario) especializado.
- Los restaurantes de hoteles son surtidos en su totalidad a través de distribuidoras, con las que hacen cotizaciones y luego contratación. Las más comunes (y las más grandes) son Turconi, Leccesse, Inpesca, Granada, Grupo Litoral, Costal, Guamala, Santa María, AMB.
- El pedido a distribuidoras se hace aproximadamente cada mes o cada quince días. Salvo pocos casos no hay fechas programadas con previa antelación que se cumplan con total exactitud para hacer los pedidos. Más bien se va trabajando sobre la marcha, según la temporada, el cupo del hotel y el rendimiento de los alimentos. Los alimentos perecederos se piden aproximadamente cada semana y los duraderos se piden con mucha menos frecuencia (una vez al mes).

- El consumo de productos locales es sumamente marginal y esporádico, cuando se hace se debe más a que el productor mismo se ha encargado de ofrecerlo de manera personal y directa.
- Dentro de los productos locales que más se consumen están: huevos, agua, algunos pescados, coco, la panadería, cuatrosilos y en cosecha se compra ahuyama, patilla, melón, aguacate.
- Los platos típicos ofrecidos por los restaurantes incluyen la comida de mar, arroz de coco, caracol guisado, cangrejo, filete de pescado, etc. El rondón no es ofrecido porque es costoso y no es de fácil consumo porque es poco conocido.
- El desperdicio de la comida, aunque aún tiene un tratamiento muy precario, es en la mayoría de las ocasiones recogida por un porcicultor relacionado específicamente con el establecimiento para alimento de sus cerdos.
- Concepción generalizada de los trabajadores isleños es que no gustan de ser mandados, que no son obedientes, “la pereza es el problema de los isleños” (dice un encargado de la cocina al tiempo que baja la voz para que la única cocinera isleña del restaurante no lo oiga...).
- Cuando hay isleños trabajando en el restaurante, trabajan en cargos como el de meser@, cociner@, panader@ y, en fin, puestos que en la jerarquía organizativa del hotel corresponden a categorías de muy bajo nivel de autonomía, sometidos a mandos medios y altos.
- La mayoría de los entrevistados manifiestan conocer alguna experiencia de pequeña producción en la isla, así como a algunos de los productores locales, conocen su producción a pequeña escala, sus problemas de agua.

Visitas a vendedores, tiendas de barrio y productores

Las entrevistas con vendedores cubren tanto a quienes trabajan en la Plaza Bolívar, como a los ambulantes que trabajan con carretillas en el centro. Este acercamiento tuvo como objetivo lograr un acercamiento al sector de servicios y comercio, para determinar la relación con el sector estrictamente productivo. Los informales venden especialmente a la población residente y utilizan mecanismos como fiar a los conocidos, lo que garantiza una clientela fija y es una acción socialmente retribuida por el 'cliente' en términos de relaciones de confianza.

Los vendedores de carretilla no llevan cuentas estrictas de las ventas ni de las compras, pero sí de la cantidad fiada: tienen una lista actualizada con las personas a las que han fiado y el valor exacto de la deuda. Muchos de los vendedores ambulantes son continentales (generalmente provenientes de la costa atlántica) y revenden los productos que compran en las distribuidoras todos los días, son conscientes del mal negocio que hacen, porque en la mayoría de los casos venden más caro que los supermercados.

Para enfrentar este problema, acuden a sus familiares y conocidos continentales para que les envíen frutas directamente desde allá por aire; de tal manera que hacen una importación directamente a sus puestos ambulantes, para bajar los precios. A diferencia de los vendedores ambulantes, los comerciantes del parque son isleños (a excepción de uno) y han sido, o son, a la vez productores. Conocen los problemas tanto de la producción local, como los de la comercialización.

Con las visitas a tiendas de barrio se encontró que no mantienen nexo comercial con el sector agropecuario, y muy mediano con sectores de transformación (panadería especialmente), podemos decir entonces que:

- A las pequeñas tiendas de barrio consultadas las surten básicamente las mismas distribuidoras que a los hoteles, aunque parecen recurrir más frecuentemente a distribuidoras pequeñas.
- Los pedidos son encargados a las diferentes distribuidoras según precio y no se manejan periodos rigurosamente establecidos: “... según se vaya vendiendo...”.

- Los precios son establecidos de manera individual, manifiestan no hacer acuerdos entre tenderos.
- En algunos casos la tienda vende productos ofrecidos por un particular, sin embargo en estos casos son las relaciones de confianza las que potencian el mercado.
- Los productos locales que ofrecen las tiendas son prácticamente nulos. Escasamente pan (por contrato con panaderías ente las que 'Susanny' tiene prácticamente copado el mercado), agua, hielo, boli y, a veces, huevos.
- Las tiendas que fían son especialmente las 'de barrio' al interior de zonas como San Luis y La Loma, a diferencia de aquellas que, de manera explícita, "no fían", así como aquellas de la zona hotelera y turística, y en general, las tiendas que tienen consumidores diferentes a residentes isleños o no.
- Varios de los negocios caseros que, por iniciativa propia, hacen las familias isleñas han tenido que cerrar debido a las deudas crecientes de los compradores a los que se fía y que, posteriormente, no pagan.

Inicialmente las visitas a productores agropecuarios partió de las redes y los contactos establecidos entre la Universidad y el sector agrícola isleño. En el curso de la pasantía se vio la necesidad de extender el proyecto a nuevos productores, lo que trajo como consecuencia la difusión del quehacer de la sede Caribe, así como también ayudó a evidenciar nuevas realidades dentro del sector. Muchas de las personas nuevas son de La Loma (sector de Linval), especialmente mujeres con las cuales, si se continúa el proceso, es posible fortalecer una incipiente intención asociativa. El trabajo de campo dio lugar a las siguientes deducciones:

- Las personas dedicadas a las labores agropecuarias tienen estrecha relación con la naturaleza y que l@s vincula a la tierra desde esferas que desbordan la puramente económica.
- Comúnmente los hombres mayores dedicados a labores agrícolas, tienen un pasado como pescadores. El mar fue para ellos (estrictamente) lo que ahora representa la tierra: ocupación, fertilidad, fuente de comida, pasión, ocio. Claramente se diferencia de la fuente de sustento.
- El quehacer agrícola se realiza en la isla como una labor subsidiada por otras actividades lucrativas, de tal forma que no genera ningún tipo de acumulación.
- Dentro de la labor de agricultura las relaciones monetarizadas no son las dominantes. Muestra de ello es que mucha producción local es regalada a vecinos, familiares y conocidos. La producción es destinada a la venta sólo de manera secundaria, y cuando se comercializa, enfrenta problemas, uno de ellos el criterio para establecer los precios, la búsqueda infructuosa de consumidores, etc.
- El regalo se ha mantenido también como una tradición, recogiendo herencias más allá del quehacer agrícola, como las jornadas de trabajo comunitario con los vecinos que hacía la gente en los barrios.
- La cuestión de género alrededor de las prácticas agropecuarias es compleja. Aunque de manera tradicional el hombre se dedica a las labores de la tierra, lo cierto es que existen varias mujeres productoras, con características particulares, como que la actividad se localiza muy cerca a la casa, de forma que se maneja como 'patio doméstico'.
- En varias de estas familias cuando escasea el dinero se pide 'fiado' en una tienda cercana. En estos casos la alimentación se hace paralela a un proceso de endeudamiento.
- La JAC de la Loma está desarrollando un proyecto para fortalecer la ocupación agropecuaria en la isla, para lo cual han hecho una repartición de aproximadamente 6.000 pollos entre las familias (y un objetivo político en época electoral no es descartable). Haciendo el seguimiento del proceso, se hizo contacto con gente interesada en continuar levantando pollos en su casa (de engorde y luego también ponedoras), muchas de ellas con un propósito comercial.

Resultados

Se presenta aquí muy brevemente una serie de argumentos que deberán ser analizados con mayor profundidad a la luz de la teoría sociológica.

El ejercicio de observación, convivencia y diálogo en la isla, ha permitido encontrar características que deben ser objeto de posteriores investigaciones. La organización social de la isla está, aparentemente, más relacionada con grupos etáreos (diferenciados a partir de la edad física pero, sobre todo, también con las formas de socialización de cada generación), que con clases sociales (diferenciadas sobre todo a partir de lo material y la capacidad económica); de tal suerte que las prácticas cambian de manera más tajante con referencia a la edad que a la capacidad económica. Por ello debe tenerse en cuenta que tanto los productores agropecuarios como las mujeres y los comerciantes, tienen frecuentemente el rol de 'abuelo (a)' en su respectiva familia, lo que le da a la investigación realizada en campo características particulares. Las regularidades encontradas hacen referencia a un grupo social de productores mayores, normalmente isleños de raza negra y, a la vez, orgullosos de serlo.

La concepción del trabajo dominante entre los isleños está ligada al sentido de la ocupación, de la actividad, donde domina el hecho social de continuar con una tradición, de tener tiempo libre. Esta concepción se define, por oposición al empleo, al trabajo pensado desde sus características puramente económicas, desde el ser asalariado, desde lucrarse a partir de un quehacer determinado. Ello se manifiesta en que las personas mayores tienden a dedicarse a una actividad fuertemente ligada al gusto, al sentido de la vocación y al uso del tiempo libre, y es consecuente con el hecho de que se busque subsidiar la agricultura (del mismo modo que otros subsidian las peleas de gallos). Esta forma de ver el trabajo le imprime a la actividad una racionalidad particular, en la medida que la finalidad del quehacer no es el lucro, sino la obtención de comida, el gusto por la actividad, mantenerse ocupad@, compartir y -eventualmente- vender. La racionalidad que guía la acción agrícola está guiada por valores sociales, donde la tradición tiene un peso bastante notable.

Los medios a través de los cuales se lleva a cabo la actividad agrícola son válidos sólo con relación al fin buscado. Que gran parte de la producción de las fincas sea objeto de regalo, o que, de vez en vez, se establezca un valor económicamente arbitrario sobre los productos, o que se los fíe, son medios de los que se sirven l@s productor@s para llevar a cabo su intención, medios consecuentes con el sentido que le dan a la acción agrícola. Estos medios, a su vez se diferencian de la concepción del producto como mercancía, según la cual cada una de las acciones a realizar deben ser objeto del cálculo matemático, de racionalidad formal (Weber, 1983).

Fenómenos como este facilitan al observador externo sus lecturas, por cierto muy comúnmente encontradas, alrededor de la 'ineptitud', 'capricho' o 'pereza' de l@s productore@s isleñ@s. Estas quejas generalizadas pueden ser consideradas -desde otro punto- como un indicador tanto de la ignorancia de la lógica productiva local, como de la deslegitimidad del continental en la isla -así como de sus prioridades dentro de su forma de ver el mundo, en el que las condiciones materiales tienen una importancia notable-. Valores sociales, como la generosidad, son cuestiones que, en cambio, están recubiertas de cierta importancia simbólica para l@s trabajador@s agropecuarios isleñ@s.

Asociado a los alimentos hay un mecanismo de cohesión social, como una estrategia de acercamiento, como una demostración de confianza y una invitación a la relación de familiaridad y vecindad, como una estratagema que afianza las afinidades entre las personas. Ello está íntimamente ligado con el hecho de que los productos alimentarios de las fincas sean pensados más allá de lo económico.

Rodríguez (2003:103), desde la perspectiva de la producción agrícola, sostiene que las prácticas agropecuarias de los productores en SAI son -en términos ecológicos- adecuadas a las

condiciones ambientales existentes. En tal sentido la producción tiene problemas sólo si se la concibe con un fin distinto a aquel con el que la piensan quienes la trabajan; y que -en tanto no coinciden- existe un choque de racionalidades entre quienes realizan la producción, y quienes la conciben. Así pues, estrictamente, puede decirse que el problema no es la producción agropecuaria como tal. En cambio se identifica un problema social porque las condiciones de posibilidad objetivas que tiene el sector agropecuario en la isla no corresponden con la acción subjetivamente mentada de los productores tradicionales.

Otra característica de este grupo social es un arraigado sentido de independencia, que se expresa claramente en la afirmación que hace un agricultor entrevistado:

"I like to have no boss". El trabajo independiente brinda, aparentemente, mayor estatus que la condición de emplead@ o asalariad@, una virtud de la pesca artesanal, la venta informal o la agricultura.

De la misma manera, el trabajo independiente es la perspectiva primordial que tienen las personas que cuentan con una pensión o una jubilación. Esta condición de independencia es claramente distinta a las posibilidades que ofrecen los trabajos en hoteles (en donde además, generalmente se les ofrecen puestos que, en la jerarquía organizativa de la empresa, corresponden a categorías con poca autonomía, sometidos a mandos medios y altos), como jornaleros, etc. en los que se crea un vínculo de dependencia que, además de lo económico, implica un alto nivel de obediencia en cuanto a horarios, actividades y prácticas laborales. Esto ayuda a explicar algunas tendencias laborales observadas, como, por ejemplo, que en los negocios se evite intermediarios, o también, las razones por las cuales muchas de estas personas se emplean muy poco. También habríamos que considerar otras variables como la étnica: muchos de los negocios están a manos de continentales, lo cual desborda el tema de este trabajo.

El papel de la 'economía informal' en el encadenamiento intersectorial en lo que incumbe a los productos agrícolas locales es importante. El único mercado que ofrece productos agrícolas locales, que es constante durante el año y que cuenta con el reconocimiento de la población isleña, es el del parque Bolívar, que ha existido en ese mismo espacio hace aproximadamente una generación. Este espacio se encuentra ya institucionalizado, es decir que ya hace parte de la cotidianidad, de los ritmos y los espacios de la isla; se trata de isleños que ejercen a la vez la producción y la comercialización. A excepción de los vendedores del parque Bolívar, el grueso de vendedores ambulantes de frutas ofrece, sobre todo, productos importados.

Una cantidad muy notable de los productos agrícolas alimentarios consumidos en la isla son importados, y su comercialización está centralizada por grandes distribuidoras (sobre todo Fresquito-INPESCAR), que tiene prácticamente monopolizado el mercado de frutas y verduras importadas de Colombia continental, Centro y Norteamérica. Aunque faltan datos fidedignos, estas distribuidoras surten no sólo los grandes supermercados de la isla (y del sector centro), sino también los puestos de mercado informal ambulante del Centro, muchos de ellos en manos de continentales (generalmente costeños) que, debido a sus escasos recursos, ven en este tipo de venta una salida, aunque sean a la vez conscientes de la competencia injusta de la que son víctimas por parte de distribuidoras locales.

Los productos agropecuarios sufren pequeños procesos de transformación, todavía muy ligados a la tradición y en los que el papel de las mujeres es fundamental (las señoras realizan de manera tradicional panes y tortas en la casa que, últimamente, se venden como una muestra de la comida 'típica'). La comercialización de estos productos se hace básicamente de dos maneras: las mujeres salen a vender sus productos en puestos que ponen en la calle (*'fair tables'*), o trabajan por pedido. De ambas maneras se evitan los intermediarios, lo que es consecuente también con el hecho de que en las tiendas sondeadas, la cantidad de productos locales se restringe a lo estrictamente necesario, tanto, que puede decirse que prácticamente

es inexistente. Los productos locales (con o sin transformación) buscan así sus propios canales de comercialización.

Hay una transposición de la lógica de la producción local al comercio: “todo el mundo quiere pasar y coger uno”, dice un comerciante del parque Bolívar refiriéndose a los tamarindos expuestos para la venta. Esta queja se desprende de la transgresión de los límites de manifestaciones socialmente legitimadas, ellas son 'el regalo' o 'dádiva' (entre los productores) y 'fiar' (entre los comerciantes), en ambos casos hay una institucionalización de la confianza y una aparente despreocupación por el valor estrictamente económico del producto (elemento claramente contradictorio con la finalidad mercantil). La racionalidad utilizada por comerciantes está transversalmente marcada por el interés hacia el lucro, pero mecanismos que le son propios, como las cuentas, son usadas sólo esporádicamente y, en muchas ocasiones, como forma de control social (llevan cuentas sobre lo fiado, pero no necesariamente sobre la totalidad del negocio).

Lo anterior ayuda a argumentar por qué las cadenas de mercado a pequeña escala funcionan como un derivado de las redes sociales creadas a partir de relaciones cotidianas. El mecanismo de fiar se utiliza sólo en la medida en que exista una referencia del otro: en la medida que se reconoce al vecino, al familiar, al cliente, al amigo, al 'vale'. Las redes comerciales de los pequeños productores y comerciantes (que, cuando se trata de productos locales, suelen ser los mismos) se derivan de las relaciones de cercanía, las redes se van estructurando a medida que los 'clientes' de siempre den referencias a otros, y así sucesivamente. En este proceso fenómenos como el chisme es muy utilizado, pues cuenta con un alto valor simbólico.

El sector hotelero está en disposición de colaborar con la venta de alimentos locales, siempre que se corrijan algunos problemas logísticos como cantidades, calidades, formas de venta, etc. Pero debe pensarse en distintas soluciones a los problemas de comercialización de los productos agrícolas locales, teniendo en cuenta la prioridad que deberían tener los residentes. En ese sentido, medios como los trabajadores del parque (que hasta ahora han sido útiles) podrían aumentarse. Es posible pensar en acuerdos con los vendedores ambulantes, para que vendan ya no sólo mercancía importada, sino producción local. Más aún, es importante considerar la importancia de que el consumo sea local, y no sólo para extranjeros, a través de hoteles.

En los proyectos de asociación u organización debe tenerse en cuenta el arraigado sentido de la independencia del que arriba se habló, un proyecto asociativo debe, por tanto considerar que los trabajadores pueden asociarse en la medida que no vean coartado su sentido de libertad. Ese sentido de libertad que manejan los isleños, pero concretamente los productores agropecuarios, está relacionada con su capacidad de trabajo, la confianza en sí mismo.

Hay un elemento contradictorio en la base: las relaciones de confianza estructuran en gran parte las de tipo social en la isla, pero se trata de fortalecer el sector agropecuario a través de otras orientadas económicamente, basadas en el cálculo matemático y que –por tanto- aíslan la confianza como nexo social.

Conclusiones

La articulación entre la actividad productiva, de transformación y comercialización es alta, sobre todo considerando que en muchas ocasiones son los mismos productores, los que transforman y, a la vez, llevan a la venta los productos. Sin embargo las características de estas articulaciones no corresponden con la lógica productiva basada en la racionalidad y el cálculo. Manifestaciones de ello son, además del regalo (que es un elemento de circulación y consumo, pero no de comercialización), la acción de fiar. Este último es un elemento de circulación, consumo y comercialización, en la medida que se desprende de un hecho económico, aunque no necesariamente se complete.

El trabajo de campo permitió establecer varias posibilidades a nivel de encadenamiento productivo con las actividades agrícolas primarias, el proceso que más claramente se ha dejado comenzado es el que está teniendo lugar en la Loma, con mujeres que tienen gallinas ponedoras, quienes proyectan criarlas con el doble propósito de consumo y comercialización, por lo cual será necesario hacerle seguimiento al proceso.