

Heliconias: un entramado de interpretaciones de valor entre gente y objetos

Heliconias: unrest of interpretations of value between people and objects

Ariadna Linares Gabriel

Felipe Gallardo López

Magdalena Villarreal

Mario Alejandro Hernández Chontal

Correspondencia: ariteaching@gmail.com

Posdoctorante CONACYT.
Universidad Veracruzana. ORCID:
<http://orcid.org/0000-0002-3825-5450>

Correspondencia: felipegl@colpos.mx
Profesor-Investigador. Colegio de
Postgraduados Campus Veracruz.
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1490-4919>

Correspondencia: magdalena.villarreal@gmail.com
Directora. Centro de Investigaciones y
Estudios Superiores en Antropología
Social, Unidad Regional Occidente.
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5644-1126>

Correspondencia: mariohernandez03@uv.mx
Profesor-Investigador. Universidad
Veracruzana. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9711-7971>

Fecha de recepción:
16-marzo-2022

Fecha de aceptación:
07-noviembre-2022

Resumen

Mediante un análisis de interfaz social se observan los puntos críticos de intersección entre tres principales actores sociales en el proceso de mercantilización de heliconias (*Heliconias spp.*) y su influencia territorial en la zona centro del estado de Veracruz, México. Los resultados demuestran discrepancias y negociaciones en los momentos de transacción. Se resaltan las realidades múltiples, la capacidad organizativa de los productores e intermediarios y la influencia local, regional y nacional de esta actividad. Por lo tanto, las interpretaciones en el valor social implican conocimiento, esfuerzo, trabajo e innovación que antecede al valor monetario en la mercantilización de heliconias.

Palabras clave: interfaz social, actores sociales, negociaciones, floricultura tropical.

Abstract

Through a social interface analysis, the critical points of intersection between three main social actors in the process of commercialization of heliconias (*Heliconias spp.*) and their territorial influence in the central zone of the state of Veracruz, Mexico, are observed. The results show discrepancies and negotiations in the moments of transaction. The multiple realities, the organizational capacity of producers and intermediaries and the local, regional and national influence of this activity are highlighted. Therefore, the interpretations in the social value imply knowledge, effort, work and innovation that precedes the monetary value in the commercialization of heliconias.

Key words: social interface, social actors, negotiation, tropical floriculture.

Introducción

En la floricultura mexicana, las heliconias (*Heliconia spp.*) tienen importancia económica dentro de la floricultura tropical y en el mercado de flores de corte (Linares-Gabriel et al., 2020), debido a la durabilidad de las inflorescencias, tamaños, formas y colores brillantes (Linares-Gabriel et al., 2019). Sin embargo, aún existe un vacío en estadísticas oficiales específicas de importación, exportación e información científica (Linares-Gabriel et al., 2020). Cabe señalar que la floricultura es una de las actividades agrícolas con mayor rentabilidad en México, y el país tiene capacidad exportadora en este rubro (Tejeda-Sartorius et al., 2015); no obstante, existen ciertas implicaciones desfavorables para este sector, dado que el comercio internacional de la floricultura mexicana es poco relevante en el mercado internacional (Ramírez y Avitia-Rodríguez, 2017).

Desde la ciencia, la floricultura como actividad agrícola ha sido abordada bajo el enfoque de cadenas de valor o cadenas globales de valor (CGV), cadena de suministro (SCM por sus siglas en inglés), que busca explicar cómo y en qué medida los sistemas locales pueden lograr la competitividad en estas cadenas (De Marchi, 2019). No obstante, adoptan una visión reduccionista y estática, promoviendo una búsqueda global de mano de obra y recursos baratos. Como resultado, las cadenas tienden a funcionar sin mucha preocupación por su entorno contextual más amplio (Wieland, 2020).

Estos enfoques tienen relevancia debido a sus aportes en la agricultura; sin embargo, la mayoría de los modelos sistémicos no consideran grupos pequeños que no están definidos en términos de grupos primarios (Granovetter, 1999). Por ello se asume que la floricultura mexicana, en general, presenta una situación de empeoramiento en la dinámica comercial, baja apertura económica y con un sector importador más abierto que el exportador (Hernández y Avitia-Rodríguez, 2017).

Esto evidencia que el comportamiento económico se ha interpretado inadecuadamente con una carga hacia atomizar la acción social (Granovetter, 1985) y como consecuencia en los análisis a las etapas asociadas a la producción, transformación, comercialización y consumo de mercancías, por lo que generalmente se asume que se realizan cambios importantes en el valor (Long y Villarreal, 1998). Se trata más bien de monedas sociales, simbólicas y culturales que se enredan en la evaluación del valor de un bien o servicio en particular. Estas monedas

(monetarias o no) no son neutrales, están incrustadas en el tejido grueso de la vida social y están necesariamente conformadas por creencias, ideas y puntos de vista (Villarreal y Greene, 2020).

El escenario anterior dio apertura a utilizar el planteamiento teórico de Long (2015), enfocado a estos pequeños grupos que son considerados no aptos para entrar en una dinámica económica comercial. El enfoque orientado al actor plantea la perspectiva de interfaz social como un instrumento “heurístico” de gran utilidad para identificar y analizar los puntos críticos de intersección entre diferentes campos o niveles de organización social; según este autor, en las interfaces pueden observarse con mayor claridad las discrepancias y discontinuidades en las actitudes, valores, intereses, conocimiento, experiencias y poder.

Álvarez (2020) menciona que las interfaces sociales son situaciones en que individuos o grupos pueden definir sus cosmovisiones, posiciones culturales o ideológicas frente a otros que defienden o simbolizan puntos de vista contrarios. Este análisis de interfaz social busca comprender problemas de heterogeneidad social, diversidad cultural y los conflictos inherentes a procesos que involucran intervenciones externas (Long, 2015); se alude que en la vida cotidiana de los actores sociales se muestra una multiplicidad de experiencias, contextos, recursos e intereses, y más que criticar esta diversidad se evidencia su capacidad de adaptación e innovación (Castillo y Villarreal, 2015).

De acuerdo con Long (2007), las cuestiones mercantiles y no-mercantiles son materia de disputa, ya que implican interpretaciones diferenciadas de los actores sobre la relevancia social que se atribuye a personas, cosas y relaciones particulares. Por consiguiente, es necesario reconocer la multiplicidad de valores sociales sostenidos por los actores. Una perspectiva centrada en el actor se orienta a dilucidar las teorías alternativas que los actores presentan sobre el valor social y cómo se interrelacionan, más que enfrascarse en la búsqueda de una teoría nueva y única de valor. Por lo tanto, para poder hablar de contiendas sobre el valor, es prioridad trascender una dilucidación de las bases morales y culturales de las diferentes posiciones de valor para identificar las estrategias organizativas particulares empleadas para ajustarse, disputar o ignorar los intereses, deseos e interpretaciones de otros actores.

Como se ha percibido, este enfoque permite visualizar nuevas aristas en las etapas de la producción, transformación, comercialización y consumo de mercancías. Esto lleva a desmitificar el quehacer de los floricultores y su contexto. En ese sentido, es importante considerar las dimensiones sociales, económicas, productivas y ambientales del cultivo de heliconias, abordados desde paradigmas donde los actores sociales (agricultores y demás

actores involucrados), su desarrollo y los impactos de sus tareas sociales se consideren como eje principal (Linares-Gabriel et al., 2020). Por lo anterior, el objetivo fue analizar los puntos críticos de intersección entre tres principales actores sociales; floricultores, Estado e intermediarios para identificar las principales discrepancias y negociaciones de estos actores en el proceso de mercantilización de heliconias y su influencia territorial.

Enfoque metodológico

El estudio se basó en una serie de relatos etnográficos encaminados a la comprensión de los procesos de desarrollo, asociados con escenarios de conflictos, interacciones sociales y negociaciones desde la perspectiva de los actores sociales involucrados en la mercantilización de heliconias, tomando en cuenta los principios metodológicos de Long (2007). Se consideraron tres elementos centrales: 1) identificar a los actores involucrados, 2) identificación territorial y 3) dilucidar las estrategias generadas por los actores sociales involucrados.

El estudio se realizó con una serie de actores sociales inherentemente relacionados a la actividad florícola (flores y follajes tropicales); sin embargo, para el análisis de esta investigación se consideró solo a actores relacionados con la heliconias *Heliconia spp.*: productores, intermediarios, actores gubernamentales, académicos especialistas en ornamentales tropicales, el papel de la familia, florista, consumidor final.

Se interactuó con estos actores de octubre de 2017 a agosto de 2019 bajo la técnica de observación participante. Se realizaron entrevistas a profundidad y recorridos de campo. No obstante, por la complejidad del fenómeno, el análisis del estudio se centró en tres actores que por criterio de los autores se consideraron primordiales; el productor, intermediario y el papel de las instituciones gubernamentales (técnicos y Ley de Desarrollo Rural Sustentable).

Se abordó en primera instancia el papel del productor en la floricultura; como segundo punto el rol de las instituciones y otros actores involucrados en la mercantilización de heliconias; por último, el papel del intermediario. Se consideró como punto de partida territorial la comunidad de Coapichapan, perteneciente al municipio de Fortín, en el estado de Veracruz, México, por ser una región florícola (Deméneghi, Rivera, y González, 2020); posteriormente se mostrará el recorrido regional y nacional del producto florícola a través de los actores.

Resultados

Contexto general de la comunidad

La comunidad de Coapichapan pertenece al ejido de Coapichapa, junto con la comunidad de Barranca San Miguel. El ejido se creó a partir de 1930 y en la actualidad está conformado por 142 ejidatarios. Coapichapan cuenta con 658 habitantes y existen 172 viviendas particulares, con alto grado de marginación (SEDESOL, 2013). Se encuentra entre el cerro San Juan y el río Metlac. Los oficios que se realizan son carpintería y albañilería. Por lo regular, algunos habitantes buscan trabajos fuera de la comunidad y en casos extremos migran a otros lugares dentro o fuera del país.

Actualmente cuenta con los siguientes servicios: transporte periurbano, agua entubada, luz eléctrica, una tienda comunitaria, escuelas (prescolar, primaria y secundaria), acceso a internet, telefonía móvil, drenaje y pavimentación de la calle principal. La mayoría de las casas son hechas de cemento y con techo de láminas de asbesto y aluminio, aunque existen otras construcciones con techo de losa. De igual forma, algunas personas cuentan con vehículo personal.

Hay un campo deportivo, una iglesia (de religión católica), un salón ejidal y un centro de deporte extremo “parapente”, ubicado en la parte superior del cerro (propiedad de una empresa privada). Hay una dinámica de venta local por parte de los pobladores principalmente las mujeres, ya sea venta de tamales, tacos, antojitos y vendedores de otras comunidades (venta de pan, frutas y verduras, “churros”), actividad que realizan principalmente hombres. En este tipo de venta también se le agregan las empresas refresqueras, cerveceras y otros tipos de ventas de alimentos procesados que son distribuidos en las dos tiendas de abarrotes de la comunidad.

En cuanto a las actividades productivas, son principalmente agrícolas. Cultivan plátano (venta de hojas), chayote, café, flores y follajes. En estas actividades laboran principalmente hombres mayores a los 50 años de edad. Además, se encontraron un total de 40 viveros donde los cultivos que resaltan son; dracenas, heliconias, cordelynes, palma camedor, crotos, beucarneas, maiceras, warneques, espárragos, gardenias, orquídeas, liston, musas, antorchas, maracas, anturios, belen, zamias, lirios, cicas, cedros, fornios, piñanano. El registro de estos

viveros está a cargo de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGARPA,¹ 2017), no solo de la comunidad, también en todo el municipio de Fortín, Veracruz.

Por las características agroecológicas, cuenta con una diversidad de especies endémicas identificadas. En cuanto a flora, los productores mencionaron los nombres comunes de las plantas que se pueden encontrar, entre ellas se destacan de origen forestal o maderable, para consumo y de uso comercial. La temperatura es de clima tropical, fresco por las noches y por las mañanas, con un grado considerable lluvias a excepción de temporadas de seca. Se puede apreciar en el cerro las masas de neblina que se van formando durante la noche y hasta ciertas horas de la madrugada. Estas condiciones climáticas son las que realzan la cantidad de vegetación en esta comunidad y en el municipio.

Los habitantes celebran al santo patrono de la comunidad “San Miguel Arcángel”, “San José”, “nuestra señora Lourdes”. Para este evento los habitantes realizan una celebración religiosa adornando la iglesia con flores y follajes entre otros accesorios; posteriormente realizan una convivencia donde invitan a sus amistades, vecinos y familiares.

De igual forma, celebran el “día de los fieles difuntos” dentro de los últimos días de octubre y en las primeras fechas de noviembre. En esta actividad cultural recuerdan a los familiares difuntos, diseñan un altar y ponen ofrendas considerando los gustos de la persona difunta en vida; algunos colocan el tradicional pan de muerto, veladoras, la foto del difunto, imágenes de santos, flores, agua, y algunos platillos y bebidas tradicionales como los tamales y el champurrado. Del mismo modo, utilizan incienso y copal para “sahumar” el altar como símbolo espiritual.

Momentos históricos de la floricultura tropical en Coapichapan-Fortín

La producción de gardenias en un contexto de auge y decadencia (1970-1990)

Como preámbulo, vale la pena mencionar el origen del Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ) en el año de 1958, fungiendo como Presidente de la República Adolfo López Mateos (1958-1964). Tal modelo de desarrollo económico produjo un avance de la

¹ Ahora Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER).

penetración norteamericana en la economía con la complicidad de los empresarios nacionales y los funcionarios gubernamentales (Hurtado y Niszt, 2012).

Este hecho marcó un efecto positivo para los pobladores de la región cafetalera de Veracruz, especialmente en la comunidad de estudio. En 1970, con el INMECAFÉ, la superficie destinada al cultivo aumentó por los apoyos económicos y la intensa asesoría técnica (paquetes tecnológicos) dirigida a los productores. En el mismo sentido, “próspero y productivo” para aquella región el cultivo detonaba un impacto en las familias de la comunidad. El escenario local anterior se relaciona a los contextos internacionales, ya que, en 1957, México, junto con otros 73 países pertenecientes a la Organización Internacional del Café (OIC), firmó el Convenio Internacional. De este modo, adquirió el compromiso de sumarse al esfuerzo para estabilizar el precio del grano en el mercado mundial (Montoya y Toledo, 2020).

Aunque el programa llega a su fin en 1989, la producción de café causó resonancia a tal grado que los productores resultaron beneficiados con “un precio justo”, les previeron plantas (material vegetativo) e insumos agrícolas, contaban con seguro médico y capacitación técnica. Tal como lo describe un productor de café:

Cuando vino el programa INMECAFE, nos daba dinero para limpiar las viñas, nos daba fertilizante, con una mínima cuota; seguro de vida, seguro social, ya había producción, pagábamos con café el dinero que nos prestaba y alcanzábamos un remanente, los portaban y nos daban otro poquito... era del programa. (Anónimo. 2017. Entrevista acerca de la historia de la floricultura en Coapichapan)

Sin embargo, en fechas posteriores los productores identificaron irregularidades institucionales a nivel nacional, hecho que causó afectaciones en toda la región cafetalera. Con el desvanecimiento del INMECAFÉ en 1989 (Montoya y Toledo, 2020), los productores tuvieron que comprar los insumos con recursos propios, pero esto fue insostenible porque los costos de producción fueron mayores que las utilidades. Pero los productores siguieron con el cultivo, solo que las condiciones cambiaron, pues las labores culturales se redujeron solo a los deshierbes o a coleccionar el grano. En el peor escenario no se cosechó el grano porque resultó más caro cosecharlo. A pesar de que años más tarde ya existía el cultivo de las gardenias, en la década de 1980, la producción fue una actividad agrícola significativa y redituable para los

productores de Coapichapan y la región, justo en el momento en que el cultivo de café tuvo un declive tanto en producción y precio de venta.

Los productores cosechaban tres veces por semana, en cuatro diferentes estados de desarrollo de la flor: limonado (duración una semana), rayado (duración cuatro días), estrella (duración dos días) y abierta (duración un día), estas se comercializaban con los intermediarios de La Perla, Veracruz. La flor completamente abierta se vendía localmente en los hoteles para adornar las albercas, utilizadas también para eventos especiales y días festivos, principalmente en la realización de tapetes.

Algunos productores vendían hasta un millar de flores tres veces por semana previamente separadas; la cosecha se realizaba por las mañanas. Desde las 5:00 horas, los productores subían al cerro “Chichahuaxtla” y las cosechaban en canastos para no maltratarlas, enseguida bajaban para entregar el producto, así era la actividad agrícola que beneficiaba a los productores, además del cultivo de maíz y otras plantas para uso diario en la alimentación.

La gardenia en Fortín desde su llegada en 1882 formó parte indiscutible de su historia en diferentes aspectos (Deméneghi, Rivera y González, 2020), fue tan peculiar en esa época que el municipio de Fortín fue representado por esta flor, a tal grado que llegaron a realizar la feria de la flor; en esta actividad se realizaban fiestas que movilizaban a personas desde otros municipios u otras ciudades para asistir y conocer las actividades.

El aromático como amortiguador económico y social (1990-2004)

Durante este periodo, la producción de gardenias disminuyó, por lo que quedó la producción y comercialización de café como una representación regional, a pesar de las contingencias políticas e institucionales que la afectaron. Las plantaciones establecidas amortiguaron en gran medida estas contingencias. A inicios del año 2000, se afectaron severamente a nivel nacional a causa de un hongo conocido por los productores como “la roya del café”. Para estas fechas la SAGARPA, junto con el Comité Estatal de Sanidad Vegetal del Estado de Veracruz (CESVER),² se hicieron cargo de la producción, apoyo económico y asesoría técnica para contrarrestar el daño. A pesar de todas las atenciones a los cultivos por parte de las

² Ahora Comité Estatal de Sanidad Vegetal (CESAVE).

instituciones y productores, la afectación fue grave, de modo que para el año 2004 la mayoría de los productores abandonaron sus cultivos.

Pese a la recesión del café, para 1998 y 1999 hubo productores con curiosidad de producir ornamentales y se influenciaron por otros productores de regiones cercanas. Dicho productor comentó cómo asistió a varios eventos y cómo adquirió las plantas (ver Fotografía 1).

Comenzamos a sembrar Maicera y empezaron a ir a los eventos al parque doña Falla en Xalapa, ves que hacían exposición de flores, bueno antes si había mucho, porque en Fortín hicieron; Córdoba, Coatepec, fuimos hasta Cuernavaca, fuimos a Veracruz; norte y centro, a México, o sea a ver otros productores y ahí empezaron a ver la variedad de flores de heliconias que llevaban y ahí empezaron a hacer contacto de que no me podrás vender una flor, unas dos o tres, pero las compraban carísimos a 500 pesos cada plantita. (Anónimo. 2017. Entrevista acerca de la historia de la floricultura en Coapichapan)

Fotografía 1. Cultivo de heliconias de productores de Coapichapan. a) *Heliconia psittacorum* cv. Tropics, b) *Heliconia bihai*



Fuente: Fotografía del autor durante el trabajo de campo (2021).

La migración como opción de subsistencia (2004-2015)

Dado que la producción de café tuvo afectaciones, los productores buscaron otras formas de obtener ingresos económicos, además de otras actividades que ya realizaban. Fue entonces que se dieron cuenta del potencial que tenía la producción y comercialización de flores y follajes, dado que estos cultivos ya estaban establecidos en todo el cerro. Lo que hicieron fue reacomodar estos cultivos a manera de poder darle un mejor manejo durante su crecimiento

y desarrollo, para posteriormente cosecharlos. El decaimiento de la actividad agrícola en la comunidad detonó que algunos productores e hijos optaran por migrar hacia otros lugares en busca de trabajo, ya fuese para Estados Unidos o para algunos estados del norte de México, donde las remesas amortiguaban la decadencia rural de la comunidad.

Este escenario tiene relación con un estudio realizado por Hernández et al. (2010), relacionado con la migración y al manejo tecnológico de los cafetales en Zapopan pertenecientes al municipio de Ixtaczoquitlán, comunidad vecina de Coapichapan. Señalaron que existieron cambios positivos en la técnica de producción de café porque las remesas permitieron comprar insumos y realizar mejoras al cafetal; también se utilizaron para introducir plantas ornamentales. Este estudio contrasta de manera paralela con este trabajo debido a que ambas comunidades pertenecen a una misma región (región montañosa); además, la actividad que los vincula hasta la fecha es la producción de café y la tendencia a optar por la producción de ornamentales. Por consiguiente, demuestra las acciones tomadas por los agricultores ante contingencias sociales como es el abandono de las tierras agrícolas por generaciones jóvenes a causa de la migración.

Cambio de mercancías: del café a las flores (2015-2019)

En este periodo, el cultivo de café se reemplazó (aunque no eliminado) por flores y follajes como primera opción productiva, pero no solo en Coapichapan, también en comunidades vecinas. El rol de los productores se transformó, en relación con el manejo de sus cultivos, ya que los “cuidados son menos” y “las cosechas son más”. A diferencia del café, donde la cosecha comenzaba a partir del tercer año.

Un ejemplo de este contexto histórico se dio en el municipio de Amatlán de los Reyes, donde la mayor superficie sembrada es con café, seguido de follajes y flores, o su diversificación. Este esquema está influenciado por las fluctuaciones de los precios, los productores de café cereza se convirtieron en recolectores del producto, sin atención al manejo agronómico del mismo, ocasionando disminución de la productividad y calidad; en ese sentido, una de las estrategias de los productores fue diversificar sus ingresos económicos, favoreciendo la comercialización de las flores y follajes (Aguirre-Cadena et al., 2016).

Hasta 2017, de acuerdo con datos de la SAGARPA, en Fortín existían 91 viveros que se dedicaban a la producción de flores y follajes, de los cuales 40 están establecidos en la

comunidad. En ese sentido, la ventaja que tienen estos productores de flores tropicales con otros es que no dependen de material vegetativo ya que por las condiciones agroecológicas de la región las plantas se desarrollan en buenas condiciones, por lo que no necesitan proveedores de material vegetativo, hay que mencionar que estos proveedores involucran a empresas importadoras de la Ciudad de México, a suplidores de la Central de Abastos y del mercado de Puebla (Sandoval et al., 2019).

Como se puede ver, el cambio de las actividades agrícolas es precisamente transformado por agencias externas que obligan a los agricultores y sus familias a tomar decisiones forzadas como medio de subsistencia. Es así como los momentos históricos presentados muestran un marco general de los cambios en la agricultura y las familias rurales.

La ausencia del Estado en la mercantilización de heliconias en Coapichapan

Los actores institucionales que participan en las actividades de mercantilización de heliconias en la comunidad de Coapichapan son: jefe de distrito, jefe de CADER (ambos de la SAGARPA), técnico CESAVE, coordinador de fomento agropecuario, comisariado ejidal y agente municipal. Los demás actores que tienen vínculos directos e indirectos en este proceso y que su área de influencia se encuentra deslindada de actores institucionales son: productores, familia, intermediarios, prestamistas o financieras, proveedores de insumos, especialistas en ornamentales, floristas, consumidores finales.

Los actores institucionales tienen como objetivo lograr el desarrollo económico en las áreas rurales campesinas, donde el objeto es impulsar la productividad de las unidades económicas, capitalizar las explotaciones e implantar medidas de mejoramiento tecnológico que hagan más eficientes, competitivas y sustentables las actividades económicas de los productores, representado bajo el marco de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable³ (LDRS) (DOF, 2018). Aquí, el Gobierno Federal, en coordinación con los gobiernos de las entidades de la Federación y con la participación de los gobiernos municipales, atenderá con prioridad a aquellos productores y demás sujetos de la sociedad rural que, teniendo potencial productivo, carecen de condiciones para el desarrollo.

³ Establece en el capítulo VII del Incremento de la Productividad y la Formación y Consolidación de Empresas Rurales, Artículo 86.

La lógica de lo predispuesto por los actores institucionales deja ver que existen programas de apoyo a la floricultura en esta región; no obstante, los programas son dirigidos al cultivo de café, utilizados comúnmente para actividades ornamentales. Por ello, en el medio rural, la realidad muestra situaciones totalmente distantes a lo establecido en los objetivos institucionales del Estado. Hoy día, la presencia institucional representada por la SAGARPA es ambigua para los floricultores, ya que se tienen que designar los programas mediante el mecanismo conocido como “Sistema Producto Ornamentales” (Sandoval et al., 2019).

Este mecanismo en México operaba a través de comités regionales integrados por productores, industriales, comercializadores, proveedores de servicios, instancias de gobierno, etcétera, donde se requiere de múltiples relaciones entre Gobierno-Comité Sistema Producto, y de este con los eslabones que integran la cadena productiva (Cuevas, Baca del Moral, y Aguilar, 2011). El caso anterior demuestra que en su mayoría los habitantes carecen de conocimiento de las políticas públicas (PP) aplicadas a los estados y municipios.

El principal objetivo es proceder a un mejor entendimiento del proceso de adopción de políticas de forma que permita establecer un diagnóstico más acertado de la situación y un mejor aprovechamiento de los recursos para la consecución de los fines establecidos (Terán et al., 2017). En ese sentido, si en la región de Fortín, Veracruz, la actividad económica actual es la floricultura, los programas deben estar orientados y ser conocidos por los actores principales de esta actividad.

La otra parte de los actores sociales pareciera que laboran por cuenta propia, desintegrados y excluidos de los objetivos previos al desarrollo económico de las áreas rurales establecido por las instituciones gubernamentales, por ejemplo, productores, intermediarios, floristerías, cada cual, realizando negociaciones por su propia cuenta, principalmente por el precio del producto. Sin embargo, lo que los une es la influencia por el uso de tecnologías de la “Revolución verde” que se construyeron por las relaciones político-financieras con las dependencias gubernamentales y se han sostenido con la contribución de las relaciones de intercambio comercial y difusión tecnológica (Sandoval et al., 2019).

Como se aprecia, estos actores están totalmente involucrados en una actividad local-regional y se deslindan implícitamente de una actividad global. Es decir, local-regional por la venta y distribución del producto, en este caso, las flores cortadas (heliconias); pero a la vez ligados a una dependencia global por el hecho de ser principales consumidores de insumos agrícolas. En ese sentido, desde una perspectiva microeconómica, la floricultura reviste

características propias de los mercados globalizados, puesto que los productos deben cumplir con estándares de calidad y regulaciones ambientales (Terán et al., 2017), sumándole a ello el coeficiente de apertura económica de las importaciones de la floricultura mexicana mayor que el de las exportaciones (Hernández y Avitia-Rodríguez, 2017).

Lo anterior se traduce a que no se ha podido potencializar el desarrollo de las regiones y que tales programas como el de “Floricultura a cielo abierto”, que apoya al “desarrollo”, no han permeado tal y como están determinados en los Planes Nacionales, Estatales y Municipales de Desarrollo del país (Terán et al., 2017). Además, los enfoques utilizados para el estudio de la floricultura se reduce a la búsqueda de variables objetivo dominantes, por ejemplo, “ventaja competitiva” o “eficiencia”, en consecuencia se han convertido en sistemas tanto vulnerables como dañinos (Wieland, 2020). Lo anterior se interpreta con enfoques de cadenas de valor, donde el objetivo principal de los “nuevos economistas institucionales” es desviar el análisis de las instituciones de la argumentación sociológica, histórica, legal y, en cambio, mostrar que surgen como la solución eficiente a los problemas económicos (Granovetter, 1985).

El intermediario: actor necesario en el proceso de mercantilización de flores tropicales

Para fines de este estudio, se define como intermediario al actor social que distribuye territorialmente las mercancías, el encargado de acopio local del producto y a funcionarios públicos que tienen un rol como mediadores en el proceso de comercialización (ejemplo: permisos de transporte). Los actores sociales protagónicos que toman el rol de la distribución de las heliconias son los intermediarios (con ayuda familiar), compran las flores a los productores de diferentes municipios para lograr acumular la mayor cantidad de productos que son demandados, ya sea por las centrales de abasto cercanas a la región, tales como Orizaba, los mercados de Veracruz, Fortín, Córdoba, entre otros.

Existen actores de la comunidad que funcionan como acopiadores, ellos reciben la flor por parte de los productores y almacenan cierta cantidad para la posterior entrega a otros compradores que no residen en la comunidad. En ocasiones, las compras son directas de productor a floristas, estos del mismo municipio. Del mismo modo, actores que son funcionarios públicos (técnicos, jefes de distritos, presidente municipal, director de fomento agropecuario) también son mediadores en los procesos de comercialización, dado que a pesar de no estar

establecido como norma institucional, conciben permisos sanitarios a quienes trasladan las flores; es decir, cuando las plantas llevan tierra o sustrato, durante el trayecto deben tener un comprobante fitosanitario, de lo contrario se paga una multa y se decomisa el producto.

Para este fin, se consideró al actor social que distribuye territorialmente las mercancías. Ahora bien, la distribución de las flores y follajes marca una diferencia geoespacial que no es visible; sin embargo, existe. Los actores sociales protagónicos que toman el rol de la distribución de las heliconias son los intermediarios (con ayuda familiar), compran las flores a los productores de diferentes municipios para lograr acumular la mayor cantidad de productos que son demandados, ya sea por las centrales de abasto cercanas a la región tales como Orizaba (ver Fotografía 2), así como los mercados de Veracruz, Fortín, Córdoba, entre otros.

Fotografía 2. Tallos comerciales con destino al mercado de Orizaba, Veracruz



Fuente: Fotografía del autor durante el trabajo de campo (2021).

Las heliconias se distribuyen a floristerías y a las centrales de abasto de Puebla y la Ciudad de México, previamente centralizando todo el producto de diferentes especies de follajes y florícolas en el municipio de la Perla; este municipio es el punto de concentración más importante del estado de Veracruz. Aunque en este municipio, la agricultura se representa por el sistema de producción

de alcatraz asociado con otras flores y follajes a escala familiar, los productores buscan nuevas opciones para obtener ingresos económicos (Trejo-Téllez et al., 2014).

La pregunta que emerge de la descripción anterior es: ¿qué significa ser un intermediario (distribuidor territorial de mercancías)? Este cuestionamiento lleva a conocer de cerca la actividad de este actor social. Para cubrir un requisito que les piden en las centrales de abasto, estos actores necesitan convertirse en productores, lo cual adquieren una pequeña fracción (dos hectáreas o más) de terreno cerca de las zonas donde se cultivan flores. Por lo regular provienen de la Ciudad de México, Puebla o La Perla, y se vuelven avecindados de comunidades productoras de flores y follajes.

Su forma de emprendimiento nace del conocimiento que tienen de las especies de flores que demandan las centrales de abasto y consiguen el material vegetativo ya identificado. De esta forma, saben que las heliconias son un producto novedoso. En sus inicios para establecer el cultivo consiguieron la planta en un costo muy alto (500.00 MXN por planta) por medio de contactos de otras regiones aledañas. Para conseguir las flores, realizan recorridos en varias comunidades de distintos municipios para poder abastecer o lograr una cantidad considerable. Ahí es donde negocian con el productor y en ocasiones el productor aprovecha a subir el precio (de 3.00 a 4.00 MXN) de sus productos, debido a que el intermediario necesita las flores, por consecuencia este último tiende a subir el precio por flor.

Este evento ocurre comúnmente en temporadas bajas donde solo tratan de mantener a sus clientes, ya que no hay mucha producción. Valoran el hecho de invertir en los costos del transporte, pues los ingresos que obtienen solo les alcanza para cubrir los gastos del hogar. El intermediario comenta los mecanismos que utiliza para conseguir las flores y mantener a sus clientes:

Y aunque queramos llevar no hay mucha, y ahorita tampoco en Puente de Oro no hay, el lunes fueron a buscar y encontraron 100 flores hicimos la cuenta y dijimos, no pues nos la dieron a tres y este... trajeron 100, le echaron 20 litros de gasolina son cuatrocientos pesos, ya le pones otros dos pesos a la flor, salió en cinco pesos y todavía llevarla pá allá otros dos pesos y entonces nos sale a siete, entonces digo las das a 10 le ganas tres pesos o sea ya nomás como pa' mantener al cliente.
(Anónimo. 2018. Entrevista acerca de la compra-venta de flores en Coapichapan)

Años atrás (10 años) fue fácil vender los productos agrícolas en las centrales de abasto, hoy día se dificulta mucho poder ingresar o acceder a un espacio para vender los productos

florícolas, debido al cobro de cuotas. Al inicio son 500.00 MXN para ingresar, si la venta es recurrente (al menos dos veces por semana) se pagan 500.00 MXN, aparte se da una anualidad correspondiente a 3000.00 MXN. En el sitio aprobado para vender se perciben hileras de camiones ordenados por especies, ya sea una hilera de rosas, girasoles y heliconias, estas últimas entran en el grupo de flores exóticas con el precio de venta entre 5.00 y 10.00 MXN por flor.

Los intermediarios se enfrentan a situaciones inéditas, tal es el caso de la delincuencia, principalmente en las cumbres de maltrata, donde los asaltantes detienen los camiones y amenazan con armas de fuego a los choferes y demás personas que vienen con ellos, provocan el tráfico y asaltan a camiones de carga o tráiler. Otro caso es cuando las unidades se descomponen y tienen accidentes automovilísticos poniendo en riesgo su vida y la de sus empleados. Como se muestra a continuación, los momentos que viven día a día: *“Pues es que este... al salir a carretera ve uno de todo, por ejemplo, el señor que me está ayudando acá antes también iba y este...se le voló una llanta, y ahí murió su esposa, es nuestro vecino”*. (Anónimo. 2018. Entrevista acerca de la compra-venta de flores en Coapichapan).

Otro ejemplo es contar con un permiso otorgado por la SAGARPA reconociendo al intermediario como viverista; *“viveros a intemperie bajo sombra, alpineas, heliconias y follaje”*, para así transportar sus productos, de lo contrario tienen que pagar una multa de hasta 800.00 MXN. *“Sí (risas), y dicen sí, váyase...con ustedes no se puede. Y le digo, no pues no los dio el gobierno, y mira aquí dice secretaria de agricultura y ganadería”* (Anónimo. 2018. Entrevista acerca de la compra-venta de flores en Coapichapan). Pese a estos eventos no gratos, algunos intermediarios optan por agruparse y rentar carros de turismo y camiones de carga, así ellos viajan en los autobuses y los productos florícolas se transportan en los camiones de carga. Al llegar se distribuyen los productos correspondientes a cada comerciante. En general, los intermediarios mencionan que para el rubro de estas flores exóticas existe mucha demanda y muy poca producción. En ocasiones no consiguen la cantidad solicitada por día (500-600 tallos de heliconias) dependiendo de la época del año.

El lugar de origen de los intermediarios es el estado de Veracruz. En el caso del municipio de La Perla, son aproximadamente 20 intermediarios. De Naranja, Córdoba, Huatusco, Millán, la región de Zóngolica, Tlilapan, San Juan del Río son un total aproximado de 30 comerciantes. Comercializan heliconias, anturios, azucenas, maracas, alphinias, antorchas, alcatraces, algunos follajes, palmas, entre otras especies. Cuando ya están

establecidos los comerciantes llegan los principales consumidores de estas flores, floristas o empleados de las florerías, ellos les compran por mayoreo, se llevan desde cinco a 10 rollos (docena) dependiendo de la oferta del intermediario. Cada proveedor cuenta con sus propios clientes. Algunos autores mencionan que comercializadores de floristerías adquieren sus productos de la central de abastos de la Ciudad de México (Tejeda-Sartorius et al., 2015).

Las épocas favorables para los intermediarios son desde el 31 de noviembre, 1 y 2 de diciembre, 12 de diciembre con la celebración de la Virgen de Guadalupe, 14 de febrero y principalmente el mes de mayo con la celebración del día de las madres. En estas festividades venden hasta mil flores diarias, más de lo que comúnmente comercializan; sin embargo, mantienen el precio para no perder a sus clientes.

Con respecto al precio de las heliconias, el que ejerce cierta coacción es el comprador de los tallos florales (los floristas), ya que les compran flores a los intermediarios durante todo el año y no se les hace justo pagar más caro un producto en temporadas altas. He aquí un ejemplo de comunicación entre el intermediario y el florista: *“Y dice, o sea no manches te sigues manteniendo todo el año (sonríe) y le digo al señor, no pues usted tiene razón. Entonces una con otra les toca también balearse a ellos y nos baleamos más, a lo mejor al mismo precio, pero en volumen”* (Anónimo. 2018. Entrevista acerca de la compra-venta de flores en Coapichapan).

Los comerciantes saben claramente que las centrales de abasto y mercados pertenecen a organizaciones, y son los que administran todo el movimiento y los espacios, por ejemplo, los taxistas pagan por el sitio y el costo de los sanitarios equivale a 5.00 MXN. Comentan que el gobierno no tiene mucho que ver en cuanto a cuestiones administrativas del lugar, solo en su momento se les asignó el espacio, los encargados son socios quienes estipulan el costo o las cuotas, se organizan, son líderes. Así, los que llegan a vender sus productos tienen que ingresar por un lugar especial y salir por otro, del mismo modo cuando ingresan deben de pagar el estacionamiento (10.00 MXN).

Si, le tiene uno que meter, luego hay unos que no quieren “es que no tengo ahorita” “si no traes la puerta está bien ancha y caben dos camionetas, y pa’ la próxima no entras” No pos, por la buena si (risas). Sí, si no, no entra uno si no paga uno... no si ahí lo ligan a uno. (Anónimo. 2018. Entrevista acerca de la compra-venta de flores en Coapichapan)

Ahora bien, como se mencionó, los intermediarios se ven obligados a ser productores, insertándose aún más a las actividades agrícolas (ver Fotografía 3).

Fotografía 3. Cosecha de heliconias por intermediarios para su traslado a la central de abasto de Puebla



Fuente: Fotografía del autor durante el trabajo de campo (2021).

Para el caso específico, un intermediario comenta que él ha asumido dos cargos en la comunidad donde se estableció: una vez como agente municipal y en dos ocasiones como comisariado ejidal, logrando conseguir junto con otros compañeros y vecinos fertilizante, carretillas, palas, aspersores, machetes, gestión de carretera, etc., sin embargo, han sido afectados por los cambios de gobierno.

En el ámbito local de la comunidad, se relacionan con técnicos de sanidad vegetal, quienes les facilitan insumos para la broca (para el cultivo de café), comentan que el apoyo a la floricultura no existe en esa zona, esto ocasiona que se enfrentan a plagas y enfermedades. Aunque se comenzó con la integración del sistema producto, lo máximo que aprovecharon fue la asesoría de un técnico que era pagado por el gobierno y por un corto periodo de tiempo.

Los intermediarios también se complementaron de otras actividades como la realización de cabañas, que por la zona se presta para estas construcciones, incluso se han percatado que las condiciones se prestan para realizar senderismo, “rapel de monte” o construcción

de tirolesas. Uno de los intermediarios ha trabajado como comerciante muchos años y ahora los que están al frente de la venta son sus hijos, aunque él participa, pero ya no como anteriormente lo hacía.

Contrastaciones económicas en el comercio de heliconias

El valor social en la mercantilización de heliconias depende de las relaciones sociales o cadenas de favores, y este trabajo no se deslinda de la importancia económica de dicha actividad. Aunque no fue el objetivo de esta investigación, se explican someramente los costos de producción, ingresos por venta y utilidad, tanto de los productores como del intermediario (actor que distribuye territorialmente las mercancías). Ambos actores manejan múltiples cultivos, es decir, producen y comercializan desde heliconias, anturios, azucenas, maracas, alpinias, antorchas, alcatraces, hasta algunos follajes, palmas, entre otras especies. Esta situación queda clara dado que el solo hecho de mostrar con números la actividad específica del cultivo de heliconias tendría mucho sesgo económico. Dicho sesgo está orientado en cuanto a los costos de producción en ambas partes, ya que ocupan los insumos para todos los cultivos y las utilidades se estimaron solo para heliconias.

En el Cuadro 1 se muestran los costos de producción por hectárea por un año de trabajo del productor de heliconias para dar una idea general. Sin embargo, las dimensiones de siembra que se utilizan comúnmente son por tareas (una tarea equivale a 25 x 25 m²). Se utilizan dos, tres o hasta cuatro tareas para la siembra del cultivo. Como se mencionó, no se utilizan altas dosis de fertilizante químico y algunos productores utilizan lo mínimo. Otros elementos importantes son el manejo y mantenimiento del cultivo que influyen en los costos. Por otro lado, los ingresos se estimaron por el número promedio de tallos florales por hectárea (30,300 ha⁻¹), siendo este el primer año de producción, conforme va aumentando la edad del cultivo, la producción aumenta. Asimismo, las utilidades se estimaron con los datos anteriores, por lo que se infiere que los productores pueden obtener una utilidad mensual del cultivo de heliconias de 2,541.00 MXN.

Cuadro 1. Utilidades que obtiene un productor de heliconias durante un año por hectárea

Costos de producción (MXN)	*Ingresos por venta (MXN)	Utilidades (costos-ingresos MXN)
30,100.00	60,600.00	30,500.00

*Los datos pueden variar de acuerdo con las temporadas de menor o mayor comercialización.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al escenario del intermediario, los datos que se muestran son expresados para el mes de mayo, considerado como temporada alta de ventas. De igual forma se deja en claro que la información obtenida es con base en la facilitada por este actor y se utiliza someramente para fines explicativos y dar una idea del comportamiento económico.

En el Cuadro 2 se muestra una inversión temporal de 32,072.00 MXN. Es de relevancia aclarar que las actividades de este actor son diferentes al productor, por ello los costos son elevados. Por ser temporada alta, los costos de distribución, venta y mercadeo se incrementan, dado que para recolectar el mayor número de flores ocupan de dos a tres días para recorrer el municipio y, por lo tanto, utilizan más ayudantes. Esto implica el uso de gasolina, desayunos, comidas, etcétera. Además de transportar los productos hasta el estado de México o Puebla. Con respecto a los ingresos por venta, se utilizó el precio que ellos utilizan en la central de abasto (10.00 MXN), además por la cantidad de tallo florales transportados durante las cuatro semanas del mes de mayo, se muestran estos datos para tener nociones de lo que implica el trabajo de un intermediario.

Cuadro 2. Utilidades de la actividad de venta del intermediario en temporada alta (mes de mayo)

Costos de distribución, venta y mercadeo (MXN)	Ingresos por venta (MXN)	Utilidades (MXN)
32,072.00	48,000.00	15,928.00

Fuente: elaboración propia.

Discusión

Realidades múltiples: tres actores principales

El proceso histórico de los productores develó su capacidad de agencia ante los momentos situacionales externos, sus estrategias económicas se reflejaron en los cambios de cultivos, la ayuda familiar y la migración. Se asume que las monedas utilizadas por ellos pueden implicar dinero en efectivo (o dinero virtual), pero también activos sociales y simbólicos. Estos actores realizan malabares con las monedas como un acto de mantener sus múltiples circuitos en movimiento al mismo tiempo, pero más que eso: es la conversión de recursos entre actores, tanto en el “mundo exterior”, en los encuentros de mercado, como dentro del hogar (Villarreal y Greene, 2020).

Del mismo modo, este proceso tuvo implicaciones de luchas y negociaciones, cuando se etiquetó a los productores de una manera desaprobatoria al generalizar que no trabajan en el campo y que los “apoyos” que facilitan las instituciones las utilizan para otros fines; por lo tanto, se tiene que desmitificar la noción de que los productores no se organizan para poder comercializar sus productos, la situación es muy compleja. Más bien habría que preguntarse ¿por qué en algunos casos se ha abandonado la actividad agrícola y por qué los agricultores que se resisten al abandono de éstas, no han conseguido un grado de desarrollo?

El contexto anterior demuestra que las empresas (en este caso las proveedoras de insumos agrícolas) son las que obtienen ventaja económica y apoyo institucional, autores como Sandoval et al. (2019) argumentan que las dependencias gubernamentales representadas por funcionarios, asesores técnicos y proveedores de servicios externos, son los difusores del paquete tecnológico agroindustrial. Tal situación devela la falta de programas dirigidos a la floricultura tropical, lo que refleja la ausencia del Estado en la comunidad de Coapichapan. El programa existente se orientó al cultivo de café, el cual promovió la dependencia de insumos agrícolas y endeudamientos para la adquisición de los productos. Es decir, las actividades de los productores, intermediarios y demás actores involucrados no están hilados con los objetivos de las instituciones encargadas de lograr el desarrollo productivo en el sector agrícola y por ende en las áreas rurales.

Algunos trabajos realizados bajo el análisis de interfaz social afirman que la arena política y las interfaces socioestatales conforman una herramienta teórico-metodológica

pertinente para visualizar y comprender la agencia de los actores, y sus diversas estrategias políticas no partidistas (Álvarez, 2020). Por ello, el análisis de interfaz social permite desmitificar la realidad institucional ante los escenarios de la comercialización de heliconias. Conjuntamente se coincide con Cieza y Vega (2020), al considerar que el enfoque centrado en el actor permite superar la perspectiva lineal y unidireccional que se plantea en el diseño, ejecución y análisis de los proyectos de desarrollo. En contraposición se plantea una mirada de las realidades múltiples a partir de la percepción de los diferentes actores, ya que se desprende un proceso complejo, no exento de conflictos y negociaciones.

A estas realidades múltiples se le suma el rol activo del intermediario movilizador territorial de mercancías. Este actor demuestra su capacidad de agencia. Primero: las negociaciones con diferentes actores involucrados en la compra-venta del producto. Segundo: el doble papel intermediario-productor. Tercero: al enfrentarse a escenarios de delincuencia y accidentes automovilísticos, finalmente la facultad de emplear a su familia en esta actividad. Lo anterior demuestra otras características e importancia de quienes fungen como intermediarios, ya sea de manera temporal o como actividad principal, adquieren funciones que van más allá de acopiar los productos y comercializarlos por los diferentes canales en los que participan (Roldán-Rueda, 2020).

Si bien, el papel de los intermediarios es discriminado y criticado fuertemente, ya sea por aprovecharse de los productores o por llevarse las ganancias de los productos. Nuevamente esta etiqueta permea al igual que los productores a tal grado que estos mismos critican a los intermediarios denominándolos como “coyotes”. Esta situación es grave, debido a que estos actores son los que movilizan toda la producción florícola de la región. No obstante, este rol tiene la posibilidad de resolver y potenciar relaciones entre productores, principalmente a partir del valor de la palabra, la confianza y el respeto; sin embargo, la forma en que se ha configurado y sus virtudes han sido desplazadas por intereses económicos, representadas en intermediarios que sacan provecho de su posición dominante frente a los productores (Roldán-Rueda, 2020).

Posicionamiento territorial de los actores identificados

Los roles de los actores sociales en este estudio demuestran que no hay una linealidad en la mercantilización de heliconias; más bien, existe una diversidad de estrategias por parte

de estos y una cadena de negociaciones que impacta en diferentes territorios. En el Mapa 1 se muestra cómo las actividades socioproductivas y comerciales de heliconias en la Comunidad de Coapichapan, Fortín de las flores, Veracruz, tienen influencia en el mismo estado de Veracruz, la Ciudad de México y el estado de Puebla. Por lo tanto, se devela que la actividad local tiene un efecto regional y nacional. No discriminando que existiera un efecto internacional.

Mapa 1. Influencia territorial de las estrategias de los actores sociales involucrados en la mercantilización de heliconias

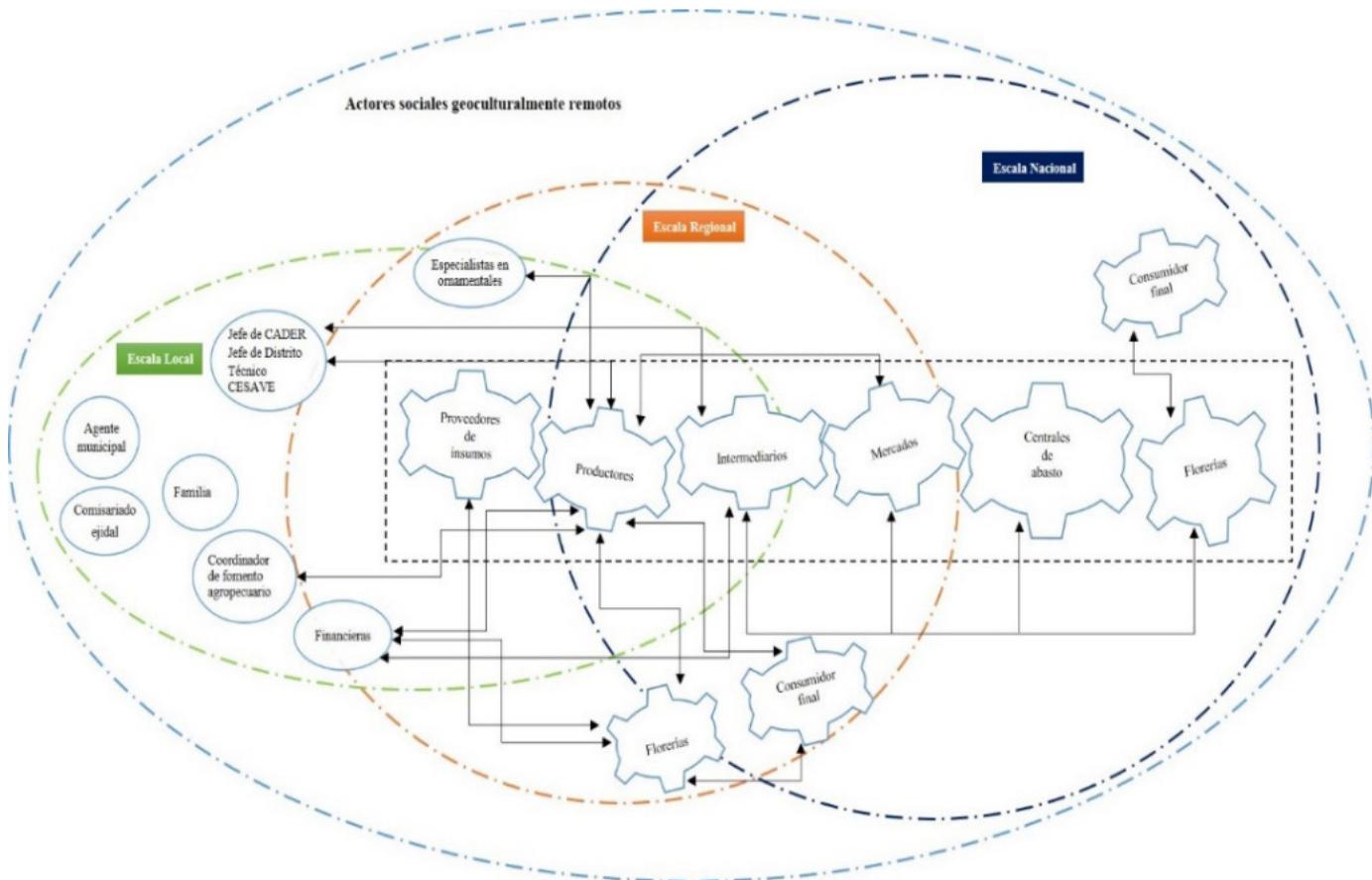


Fuente: elaboración propia.

Si bien, muchos de los actores claves se encuentran geográfica y culturalmente remotos, se tiene un efecto significativo por medio de las redes globales de comunicación e información. Este es un elemento de importancia considerable para entender cómo se reproduce y desarrolla la producción agrícola en gran escala (Long, 2007).

En ese sentido, Long (2007) menciona la importancia de seguir los flujos de mercancías, dado que brinda información interesante con respecto a las relaciones sociales vinculadas y transacciones involucradas. Como se muestra en la imagen, se puede trazar una cadena de mercantilización de heliconias donde no necesariamente inicia con los técnicos, especialistas en ornamentales o productores y finaliza con los consumidores, más bien Long lo considera como un proceso circular (ver Figura 2).

Figura 2. Flujo del producto (heliconias) y los vínculos sociales entre los principales actores identificados



Fuente: elaboración propia.

Lo anterior demuestra que la mercantilización de heliconias, al igual que la floricultura tropical, comprende otras implicaciones valorativas: valoración artística, turística y cultural, valoración afectiva y espiritual, valoración ambiental, valoración social, religiosa, valoración histórica, cívica y valoración económica (Deméneghi, Rivera y González, 2020). Por ello, Long (2015) propone que los actores sociales no deben figurar como simples categorías sociales incorpóreas o destinatarios pasivos de la intervención, sino como participantes activos que reciben e interpretan información, y diseñan estrategias en sus relaciones con los diversos actores locales, así como con las instituciones externas y su personal.

En ese sentido, se resalta que los actores sociales muestran una multiplicidad de experiencias, contextos, recursos e intereses, y más que criticar esta diversidad, se evidencia su capacidad de adaptación e innovación (Castillo y Villarreal, 2015). De ahí la importancia

de los eslabones de actores sociales, debido a que las redes de relaciones sociales cubren no solo las asociaciones entre gente, sino entre gente, objetos e interpretaciones de los objetos, de la gente y de sus relaciones (Villarreal, 2000).

Contrastaciones económicas en el comercio de las heliconias

Por supuesto que las utilidades mensuales para cada actor social son totalmente diferentes, la similitud en esta actividad es la generación de empleo familiar, ingresos económicos para las familias rurales y el desarrollo de un nuevo mercado de flores tropicales. Así, se pueden mejorar las economías locales y los vínculos de confianza, debido a estabilidad productiva y financiera (Tejeda-Sartorius y Arévalo-Galarza, 2012). Sin embargo, la ausencia de información tanto científica, empírica y económica son las debilidades de la mercantilización de este ornamental, lo más cercano a datos económicos y financieros lo muestran Baltazar, Zavala y Hernández (2011), quienes indican que dependiendo del nivel de sofisticación de la explotación florícola puede tener muchos tipos de costos: de producción (infraestructura, mano de obra e insumos), logística (de suministros y operación), distribución, ventas y mercadeo, servicios, tecnología (material vegetal, cultivo de tejidos, asesoría, investigación e innovación, etcétera), administración, finanzas y manejo de información.

En trabajos de campo que realizaron con el cultivo de *Heliconia psittacorum* cv. 'Andrómeda' con una densidad de plantación de 6,061 plantas/ha⁻¹, el rendimiento evaluado fue de 46 tallos/planta/año y el costo de producción fue de 230,818 pesos/ha-1 (estimado). Los mismos autores indican que con un precio mínimo de 10.00 MXN por docena de heliconias y un rendimiento mínimo de 50 tallos por planta, la relación beneficio/costo es de 1.1; es decir, los beneficios brutos son de 10%. Ciertamente los datos pueden variar y sin que esto se tome como definitivo, permite tener una buena idea de la rentabilidad del cultivo. Si bien se intentó dar un panorama general, es pertinente realizar estudios detallados sobre análisis económicos y financieros, así como del comportamiento del mercado (oferta y demanda).

Conclusiones

El análisis de interfaz social permitió analizar los puntos críticos de intersección entre los floricultores, Estado e intermediarios, por lo que, en el proceso de mercantilización de heliconias, se identificaron discrepancias y negociaciones en los momentos de transacción. Se resaltan las realidades múltiples y la capacidad organizativa de los productores e intermediarios en esta región. En ese sentido, la intervención del Estado se redujo en apoyos de endeudamiento. Por lo tanto, las empresas proveedoras de insumos son las que obtienen apoyo institucional.

Se identificó una red de actores con una lógica de contingencia social, más que una lógica optimizadora, misma red con un área de influencia territorial; es decir, la actividad florícola tiene influencia local, regional y nacional. De esta red se identificaron los principales actores sociales: productores, intermediarios, actores institucionales; jefe de distrito, jefe de CADER, técnico SESAVE, coordinador de fomento agropecuario, agente municipal, comisariado ejidal, floristas, la familia (inmersa en las actividades productivas y comerciales), proveedores de insumos agrícolas, financieras, especialistas en ornamentales y consumidores. Lo anterior se traduce en cadenas de compromisos e interpretaciones de actores, ayuda mutua y confianza. Por lo tanto, las interpretaciones en el valor social implicaron conocimiento, esfuerzo, trabajo e innovación que antecede al valor monetario en la mercantilización de heliconias. Sin embargo, es importante enfatizar que la actividad genera utilidades tanto a los productores e intermediarios, en mayor cantidad a los segundos, considerando que invierten en costos de distribución, venta y mercadeo.

Bibliografía

- Aguirre-Cadena, J., Cadena-Iñiguez, J., Ramírez-Valverde, B., Trejo-Téllez, B., Sánchez, J. J., y Morales-Flores, F. (2016). Crop diversification in coffee plantations as a development strategy. Amatlan case. *Acta Universitaria*, 26(1), 30-38.
- Álvarez, M. C. (2020). “No queremos ser pesca acompañante, sino pesca objetivo”. Interfaces socioestatales sobre enfoque de género en la pesca artesanal en Chile. *Runa: archivo para las ciencias del hombre*, 41(2), 67-85.

- Baltazar Bernal, O., Zavala Ruiz, J. y Hernández Nataren, S. d. J. (2011). *Producción comercial de heliconias*. Colegio de Postgraduados.
- Castillo, H. B. y Villarreal, M. (2015). Dinámica del programa productivo alimentario “Hambre Cero” de Nicaragua. *Orbis Revista Científica Ciencias Humanas*, 11(31).
- Cieza, R. I. y Vega, M. (2020). El programa cambio rural en el periurbano platense: un estudio desde la perspectiva de los actores (2009-2017). *Estudios Rurales*, 10.
- Cuevas, R. V., Baca del Moral, J. y Aguilar, Á. J. (2011). El concepto de Sistema Producto como eje de las políticas agropecuarias en México. *Textual*, (57), 83-94.
- De Marchi, V. (2019). Cadenas globales de valor y sistemas locales: las dos caras de una misma moneda. *ICE Revista De Economía*, (909), 49-59.
- Deméneghi, M. V. R., Rivera, N. A. y González, J. M. (2020). Valores culturales, socioeconómicos, simbólicos e históricos y prospectiva tecnológica de la gardenia en Fortín de las Flores, Veracruz, México. *CIENCIA ergo-sum*, 27(1), 2.
- Diario Oficial de la Federación (DOF) (2018). *Ley de Desarrollo Rural Sustentable. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de diciembre de 2001*. <https://www.gob.mx/agricultura/documentos/ley-de-desarrollo-rural-sustentable>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- _____. (1999). La fuerza de los vínculos débiles (tr.). *Translated by M. de los Angeles García Verdasco. Política y sociedad*, 41-56.
- Hernández, J. J. R. y Avitia-Rodríguez, J. A. (2017). Foricultura mexicana en el siglo XXI: Su desempeño en los mercados internacionales *Revista de Economía*, 34(88).
- Hernández Solabac, J. A. M., Nava Tablada, M. E., Díaz Cárdenas, S., Pérez Portilla, E. y Escamilla Prado, E. (2010). Migración internacional y producción de café en la región de Huatusco, Veracruz. En Nava Tablada, M. E. (Ed.). *Migración y desarrollo rural en cuatro regiones campesinas de Veracruz*. (Pp. 73-102). Gobierno del Estado de Veracruz/El Colegio de Veracruz.
- Hurtado, G. y Niszt, F. (2012). Emilio Uranga, ideólogo del lopezmateísmo. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 28(2), 307-325.
- Linares-Gabriel, A., Gallardo-López, F., Villarreal, M., Landeros-Sánchez, C. y López-Romero, G. (2020). Global vision of heliconias research as a cut flowers: a review. *Ornamental Horticulture*, 26(4), 14.

- Linares-Gabriel, A., Guerrero-Peña, A., Hernández-Chontal, M. A., Dios-León, G. E. D. y Rodríguez-Orozco, N. (2019). Growth and nutrients content of heliconia under mineral fertilization. *Ornamental Horticulture*, 25, 307-313.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- _____ (2015). Acercando las fronteras entre la antropología y la psicología para comprender las dinámicas de desarrollo rural. En F. L. (Coord.). *Hacia una Psicología Rural Latinoamericana*. (Pp. 77-96). CLACSO Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Long, N. y Villarreal, M. (1998). Small Product, Big Issues: Value Contestations and Cultural Identities in Cross-border Commodity Networks. *Development and Change*, 29(4), 725-750.
- Montoya, D. y Toledo, V. M. (2020). Historia de la caficultura en Chiapas (1880-2010). Apuntes de una evolución social y ambiental. *Sociedad y Ambiente*, (23), 1-25.
- Ramírez, H. J. J. y Avitia-Rodríguez, J. A. (2017). Floricultura mexicana en el siglo XXI: su desempeño en los mercados internacionales. *Revista de Economía*, 34, 99-122.
- Roldán-Rueda, H. N. (2020). El rol de los actores en mercados locales y campesinos de México y Colombia. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(56).
- Sandoval, O. V. C., Hernández, B. M. D., Ríos, R. M. y Martínez, N. S. L. (2019). Percepción sobre la tecnología florícola. Análisis de su construcción a partir de las interacciones sociales entre los actores involucrados en la floricultura en Zinacantán, Chiapas. *Sociedad y Ambiente*, (20), 103-123.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) (2013). Catálogo de localidades. *Sistema de Apoyo a la Planeación del PDZP*. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=300680006>
- Tejeda-Sartorius, O. y Arévalo-Galarza, M. (2012), La floricultura, una opción económica rentable para el minifundio mexicano. *Agroproductividad*, 5(3), 11-20.
- Tejeda-Sartorius, O., Ríos-Barreto, Y., Trejo-Téllez, L. I. y Vaquera-Huerta, H. (2015). Caracterización de la producción y comercialización de flor de corte en Texcoco, México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 6(5), 1,105-1,118.

- Terán Varela, O. E., Saldívar Esteba, S., Espinosa Ayala, E. y Rocha González, Y. (2017). Política Pública Como Herramienta de Desarrollo Para la Floricultura del Municipio de Tepetlixpa Estado de México. *Revista Global de Negocios*, 5(2), 89-102.
- Trejo-Téllez, B. I., Torres-Flores, N. I. y Trejo-Téllez, L. I. (2014). Caracterización de los productores de alcatraz blanco en La Perla, Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 5, 1,795-1,801.
- Villarreal, M. (2000). Deudas, drogas, fiado y prestado en las tiendas de abarrotes rurales. *Desacatos*, (3), 69-87.
- Villarreal, M. y Greene, J. (2020). Juggling Currencies in Transborder Contexts. *Oxford Research Encyclopedia of Anthropology*. Oxford University Press.
- Wieland, A. (2020). Dancing the supply chain: Toward transformative supply chain management. *Journal of Supply Chain Management*, 57(1), 58-73.