

“Vamos dando la vuelta”
Iniciativas endógenas de desarrollo local
en la Sierra ecuatoriana

Luciano Martínez Valle y
Liisa L. North

“Vamos dando la vuelta”
Iniciativas endógenas de desarrollo local
en la Sierra ecuatoriana



FLACSO
ECUADOR

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador

La Pradera E7-174 y Diego de Almagro

Quito - Ecuador

Tel.: (593-2) 323 8888

Fax: (593-2) 3237960

www.flacso.org.ec

ISBN: 978-9978-67-210-5

Cuidado de la edición: Paulina Torres

Diseño de portada e interiores: Antonio Mena

Imprenta: Rispergraf

Quito, Ecuador,

1ª. edición: junio 2009

Índice

Presentación	7
Agradecimientos	9
Introducción	11
I.	
Un contexto local favorable para la diversificación: minifundios, ferias y escuelas	21
II.	
Los altibajos del contexto macro-económico nacional de los productores de jeans de Pelileo	33
<i>Los años del boom petrolero</i>	<i>33</i>
<i>La 'década perdida' de los años 1980</i>	<i>35</i>
<i>El ajuste y la crisis de los años 1990 en adelante</i>	<i>36</i>
III.	
Las características centrales de la producción del jeans	45
<i>El rol de la familia en las actividades productivas</i>	<i>48</i>
<i>Familia y actividad productiva en Pelileo</i>	<i>52</i>
<i>Las estrategias comunes en el campo económico</i>	<i>58</i>

IV.

Dos confeccionistas exitosos en Pelileo:

respuestas creativas frente a mercados volátiles	73
<i>Una empresa urbana en vías de descentralización hacia el campo</i>	<i>73</i>
<i>Una empresa rural</i>	<i>78</i>
<i>Los elementos del éxito</i>	<i>80</i>

V.

¿Existe capital social en Pelileo?	85
<i>Las empresas familiares y el capital social</i>	<i>91</i>
<i>La construcción de capital social en el espacio de la comercialización</i>	<i>93</i>
<i>El capital social y el territorio</i>	<i>97</i>

Conclusiones y recomendaciones	103
---	------------

Bibliografía	109
-------------------------------	------------

Presentación

La búsqueda de alternativas viables de desarrollo en los territorios es sin duda un tema central de investigación en América Latina, no solo por sus implicaciones teóricas sino sobre todo por la urgente necesidad de disponer de instrumentos de intervención más eficientes tanto para los gobiernos locales, como para el Estado.

El presente trabajo se enmarca en esta perspectiva y muestra otras posibilidades a partir de una adecuada lectura del territorio, la recuperación de las iniciativas de los productores locales, sus estrategias centradas en la familia, sus vínculos con el mercado y el planteamiento las posibilidades de desarrollo endógeno.

Frente al fracaso de las políticas neoliberales que empobrecieron a la población sobre todo rural, los autores muestran que una combinación de actividades diversificadas (agricultura en pequeña escala, confección del jean) y una relación amigable con el mercado, pueden dar mejores resultados económicos, sociales y culturales en un espacio determinado: la provincia de Tungurahua.

Adrián Bonilla
Director
FLACSO- Ecuador

Agradecimientos

Son tantas las personas que nos han ayudado en la elaboración de este trabajo que es imposible mencionar a todos, por eso nos limitamos a señalar nuestras deudas en términos generales.

Nuestra deuda principal, por supuesto, es con los confeccionistas de Pelileo quienes tomaron el tiempo para responder con buen humor y paciencia a nuestras preguntas, en varias ocasiones entre 1998 y 2008. También queremos agradecer a todos los líderes de asociaciones de productores y comerciantes, a gerentes de bancos y cooperativas, a varios miembros de los gobiernos locales en Ambato y Pelileo, y a funcionarios del Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC) en Ambato y Pelileo por su cooperación en la información para este trabajo.

Especial agradecimiento a nuestros colegas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) en Quito y el Centro de Investigación sobre América Latina y el Caribe (CERLAC), de la Universidad de York en Toronto. Además del apoyo administrativo del personal y de estudiantes de estas instituciones, hemos tenido la oportunidad de presentar avances de trabajo y recibir comentarios valiosos en foros organizados por la FLACSO y CERLAC.

Varias personas nos ayudaron en la investigación: Alexandra Veloz en la realización de entrevistas en Pelileo durante 2005-2006 y Diego Grijalva en la recopilación de datos sobre importaciones y exportaciones de textiles durante los últimos años. Hay, por supuesto, muchas personas,

Agradecimientos

colegas y amigos que leyeron e hicieron comentarios valiosos sobre partes de o todo este trabajo a quienes no quisiéramos dejar de expresarles nuestro agradecimiento, en especial a Francisco Rhon y a Ricardo Grispun.

El trabajo de investigación conducido por Liisa L. North, durante 1997-2000, fue posible gracias al apoyo del Consejo de Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanidades de Canadá (SSHRC - Social Sciences and Humanities Research Council of Canada).

Introducción

Actualmente con el horizonte de una de las más severas crisis del capitalismo, generadas por actividades especulativas del capital financiero, parecería que un gran “tsunami” está a punto de reventar en las orillas de las economías de los países más atrasados. Si esto sucediera, seguramente se verían seriamente afectados los productores, especialmente los pequeños, de esos países. Sin embargo, por contraste a las instituciones financieras de los países desarrollados que ahora reciben apoyos masivos de sus gobiernos, la cotidianidad de los pequeños productores de los países pobres supone sobrevivir en las peores coyunturas sin esperar ningún tipo de apoyo del Estado. ¿Por qué no han desaparecido masivamente del espacio económico estos productores que todavía siguen apegados a “racionalidades familiares”, normalmente despreciadas en los manuales de la ortodoxia económica? ¿Cómo se explica este aparente milagro? ¿Cómo han logrado mantenerse en el mercado durante los altibajos dramáticos que han sufrido las economías latinoamericanas en general y la economía ecuatoriana en particular?

Este trabajo apunta a responder a estas y otras preguntas en torno a la importante presencia de las actividades económicas familiares, ubicadas en espacios territoriales de un *continuum* rural-urbano, que caracterizan a nuestras heterogéneas y al mismo tiempo dinámicas sociedades. Hemos escogido a la provincia de Tungurahua, en tanto en ésta, se desarrollaron varios sectores de manufactura en pequeña y mediana escala, no sólo urbana sino también rural, desde épocas tempranas (Bromley, 1980; Ibarra,

1987; Martínez 1994). Ese patrón de desarrollo local ha estado asociado a una cultura especial de dedicación al trabajo, resaltada como algo muy especial en los comentarios tanto de periodistas como de analistas académicos, e identificado como el producto de una “situación estructural” favorable para la diversificación económica.¹

Analizamos el caso del cantón Pelileo, donde si bien más de 80 por ciento de la población vivía en el campo a comienzos de este siglo, más del 20 por ciento de las personas económicamente activas se encontraban trabajando en el sector manufacturero, la mayoría de ellas en las zonas rurales (Censo de Población y Vivienda, 2001). El cantón es conocido a nivel nacional como un territorio en donde se ha desarrollado por más de 40 años una actividad exitosa, la confección de jeans, que ha generado procesos importantes de lo que ahora se denomina como “inclusión social”, a nivel del empleo, el mejoramiento de los ingresos, y de los niveles de educación, salud, vivienda.

Existe por ello cierta “densidad histórica”, tanto en las actividades productivas no-agrícolas, combinadas con la agricultura minifundista, como en la relación “amigable” con el mercado que caracterizan a este territorio. En definitiva, se trata de un proceso que merece ser estudiado en profundidad, no sólo por la urgente necesidad de abrir un diálogo académico sobre las vías de desarrollo pensando en los pequeños productores, sino también por la necesidad de diseñar respuestas de políticas públicas que superen la dimensión coyuntural y las presiones sociales que derivan con frecuencia en diseños cargados de tintes populistas y cortoplacistas.

Como se analiza a lo largo de este libro, en este proceso resaltan varios ejes fuertes sobre los que queremos llamar la atención del lector.

1 Naranjo, por ejemplo, apunta: “El alto valor que la sociedad tungurahuese otorga a la “laboriosidad”, concepto asociado al esfuerzo productivo y a la idea de capacidad empresarial, se funda en una situación estructural que ha favorecido el surgimiento y el desarrollo relativo de un número importante de medianas y pequeñas empresas productivas –agrícolas, frutícolas, hortícolas, artesanales, industriales– como también una intensa actividad comercial” (1992: 58).

Las experiencias “amigables” en el mercado en el contexto de una distribución ‘igualitaria’ de la propiedad rural

Con frecuencia se plantea que el enemigo número uno de los campesinos y los pequeños productores rurales es el mercado, el sistema de intermediación, las cadenas que se han formado entre el productor y el consumidor, etc., olvidándose que el mercado se constituye como un proceso cargado de historia y con la participación de actores sociales específicos y concretos que establecen en este campo una lucha por conservar sus posiciones. No existe el mercado en abstracto, como muy bien lo criticaba Polanyi (2000), es el resultado de un proceso social en construcción que lleva mucho tiempo y adquiere características especiales de acuerdo al grado de avance de las relaciones sociales capitalistas y al peso económico de determinados actores sociales.

En nuestro caso de estudio, la conformación de un mercado territorial es un proceso que se inició hace más de 150 años con la conformación del sistema de ferias en la provincia de Tungurahua (Bromley, 1980; Martínez, 1994). Los pequeños productores campesinos de este territorio, donde los minifundistas ahora son dueños de más de 60 por ciento de la tierra, aprendieron a convivir con el mercado, a producir para el mercado que se constituyó en parte de su cotidianidad. Hoy día, se puede señalar dos líneas de participación en el mercado por parte de los confeccionistas de jeans: a través de la red de ferias semanales que existen en la provincia y a través de los mercados mayoristas con fuerte presencia en Ambato y Quito y en menor medida Guayaquil. Es decir que se trata de una red territorial y de otra extra territorial que abarca diversos puntos del mercado interno. También existe en forma difusa una red que llega a las fronteras norte y sur del país que se reactivaba en coyunturas en las que nuestra moneda perdía valor y las exportaciones se tornaban competitivas. En la actualidad, con el alto valor del dólar en comparación con el valor de las modernas de los países vecinos, esta red ha perdido importancia y los productores se mueven más hacia el mercado interno.

Lo interesante de esta reflexión es resaltar el hecho de que la experiencia mercantil no ha significado un verdadero problema para los productores pelileños en general y los confeccionistas en particular. Sin embar-

go, para frenar el conocido apetito voraz del capital mercantil, han tenido que desdoblarse en un doble personaje: productor-comerciante, lo que les permite de algún modo obtener un margen de ganancia que no va a parar en manos del intermediario. Esto no quiere decir que no existan grandes comerciantes con los cuales implementan también relaciones muchas veces peligrosas de “confianza”, pero estos son los riesgos de este negocio textil. De esta forma, poco a poco este territorio se ha dinamizado incorporando la dimensión del mercado no sólo al exterior de las unidades productivas, sino incluso entre ellas. Así, los grandes y medianos productores tienen boutiques para vender sus mercancías, los pequeños son al mismo tiempo comerciantes que acuden a las ferias y a los mercados mayoristas. Cuando entra en crisis la actividad productiva de confección, se refugian en la actividad comercial y, también en la pequeña agricultura. Por lo menos en lo que concierne a este territorio, esta simbiosis del capital productivo y comercial es lo que explicaría la dinámica económica, pero también la social y cultural.

*Estrategias centradas en la familia que se constituye
en el núcleo productivo de la construcción del territorio*

Sólo algunos economistas –más bien la excepción antes que la regla– han resaltado la importancia de la familia en la economía. Este es el caso de T. Schultz (1986) quien desarrolla la teoría de la empresa familiar, considerándola como una activa unidad productiva pero no estática sino cambiante.

No se puede considerar a la familia [empresarial] como una entidad pasiva. Sus acciones no son enteramente rutinarias y repetitivas. La familia no es un robot. Es una entidad que calcula, toma decisiones e inicia acciones. Encuentro que es útil pensar en la familia como una entidad que responde a cambios en las condiciones que vienen desde adentro de la familia o fuera de la familia. Una sociedad apacible, serenamente libre de cambios perturbadores, no ha sido el lote de las familias durante el pasado. Desde mi perspectiva, es inevitable que las familias tienen que enfrentarse con los cambios en el futuro también (1986: 280, traducción de los autores).

Posteriormente otros autores también han señalado la importancia de la familia empresarial, por ejemplo, en la creación de los denominados “distritos industriales” en el caso italiano. Es interesante señalar de paso que no todos los científicos sociales más conocidos, como el caso de Becattini (2005), se apoyaron en un análisis de las empresas familiares que lamentablemente quedaron subsumidas en el análisis de las empresas pequeñas que se conformaron en el norte de Italia. Pero otros analistas más recientes sí son explícitos en indicar dos procesos relacionados con la relevancia de la familia: el origen de los distritos industriales muy vinculados a las familias rurales y la presencia de empresas familiares articuladas en el funcionamiento de los distritos con las medianas y grandes empresas (Pecqueur, 2000; Couralt, 2000; Bagnasco, 2003; Sarraceno, 2007)

Proceso de difusión de las actividades de confección en el territorio a partir de las empresas familiares

Esto se realiza principalmente bajo dos modalidades: a través de la creación de otras unidades productivas en otros pueblos y caseríos circundantes a Pelileo, o incluso fuera de este cantón, pero sobre todo a través del trabajo a domicilio, mecanismo que permite la difusión en el medio propiamente rural. De esta forma, la actividad de confección se expande en los hogares rurales que se tornan pluriactivos y se incorporan en una red productiva flexible, hasta ahora no estudiada con detenimiento. Esto trae aparejada varias ventajas para estas unidades dispersas en el medio rural: disponen de otra actividad en la cual pueden insertarse los miembros de estas familias, mejoran el ingreso y de alguna forma (subordinada), también participan activamente en la dinámica económica del territorio. Desde esta perspectiva, se han formado redes productivas que articulan hogares netamente rurales con empresas familiares ubicadas en espacios periurbanos como El Tambo, Huambaló, Huambalito, muy cerca de la ciudad de Pelileo. Pero esta articulación también esconde procesos de aprovechamiento de mano de obra barata al utilizar el excedente disponible en el medio rural.

Este proceso también puede engendrar dinámicas positivas, pues las familias que empiezan como trabajadores a domicilio, también pueden dar el salto a la conformación de empresas por cuenta propia e independizarse de sus lazos originales. El mayor sueño de un jefe de familia articulado bajo el trabajo a domicilio es convertirse en trabajador por cuenta propia y disponer de un pequeño taller de confección aunque sea conformado exclusivamente por miembros familiares, tal como sucedía en los procesos de industrialización difusa de Italia del norte, en donde los asalariados siempre anhelaban convertirse en pequeños productores (Stauffer, 2000).

La importancia del empleo rural no-agrícola para el desarrollo rural

Se cuenta cada vez con una más abundante literatura que aborda el potencial del empleo rural no agrícola (ERNA) en América Latina, para mejorar las condiciones de vida en las zonas empobrecidas del campo en la región. Lanjouw, en sus investigaciones en el Ecuador, descubrió que hacia 1995 las actividades no-agrícolas representaban el 76 por ciento de los ingresos de los productores rurales con menos de 1 hectárea (1998, Tabla 10). Sin embargo, este dato no significa que el ERNA es simplemente “un refugio contra la pobreza”; al contrario, se expresa también en tanto actividades dinámicas. En el caso ecuatoriano, las actividades no-agrícolas, efectivamente, son más importantes para los no-pobres (53.2 por ciento) que para los pobres.

Además, entre las características generales del ERNA (39 por ciento de la PEA rural de Ecuador), el censo de 2001 destaca la participación de las mujeres, especialmente en el comercio minorista (Martínez, 2000: 49 y 51). A la luz de la importancia del control de los ingresos por parte de las mujeres para mejorar el bienestar familiar (Camacho y Prieto, 1997), el ERNA significa además una herramienta para la promoción del “desarrollo humano”, un concepto difundido en los informes del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

En el Ecuador como en otras partes de América Latina, el ERNA se manifiesta en los servicios públicos y privados, en la construcción, en el

comercio y transporte, pero nuestro estudio de caso nos enfrenta con un fenómeno aparentemente complejo y distinto, un sector manufacturero rural dinámico como es la confección de jeans que tiene en sus orígenes a la agricultura minifundista comercial. Los minifundios siguen presentes hasta hoy día como garantes de la seguridad alimentaria de muchos productores que se encuentran confrontados a mercados muy volátiles, especialmente desde mediados de los años 1990.

Una nueva visión sobre el capital social

Lo que más sorprende a un analista del desarrollo local es que toda esta dinámica económica que se ha difundido en el territorio no parece estar cimentada en una fuerte presencia de organizaciones productivas formales. Sin embargo, esta visión superficial puede llevar a conclusiones erradas, al no considerar los espacios en los que se pueden generar actividades de cooperación y solidaridad en los cuales están ciertamente inmersos los confeccionistas del jeans. Como lo veremos más adelante, existen al menos dos espacios de conformación de capital social: a nivel familiar y en la esfera de la comercialización.

Efectivamente a nivel de las familias, existe un importante aspecto de cooperación entre los miembros de la unidad doméstica que conforman un verdadero equipo familiar productivo. Los niveles de cooperación implican procesos de aprendizaje y de colaboración en la división social del trabajo interna a la unidad productiva. Pueden además incluir a redes familiares más amplias. El límite de este tipo de cooperación se encuentra en la frecuente competencia, que no podemos negar, está presente entre los productores de Pelileo. Pero en la esfera de la comercialización, cuando tienen que enfrentarse los productores con mercados más alejados de su territorio, entonces necesitan cooperar y consolidar estos niveles a través de la formación de asociaciones y grupos ad-hoc. Lo que lleva a inferir que estos productores no son completamente individualistas.

El análisis de los procesos arriba identificados que presentamos aquí, se deriva en buena parte de trabajos nuestros previamente publicados, basados en encuestas y entrevistas, además de fuentes secundarias. En

efecto, utilizamos tres series de entrevistas conducidos por los dos autores: dos antiguas y una nueva que data de 2005-2006. Específicamente, Luciano Martínez, como parte de una encuesta a 455 empresarios artesanales en varios cantones de la provincia de Tungurahua, entrevistó a cuarenta confeccionistas de jeans en El Tambo en 1991-1992 (Martínez Valle, 1994). Liisa L. North, durante varias visitas de investigación de campo a Ambato y Pelileo, entre marzo de 1998 y octubre de 2001, entrevistó a diecisiete personas, dirigentes de cámaras de producción, representantes de bancos, funcionarios municipales, y pequeños productores en Ambato, la capital provincial, y a veinte personas o parejas, incluyendo quince productores de jeans, en el cantón de Pelileo (North, 2008); además, re-entrevistó a la mayoría de los quince productores y algunos observadores locales de la industria textil en varias ocasiones entre 2001 y 2007. Adicionalmente, entre diciembre de 2005 y junio de 2006, los dos autores, con la asistencia de Alexandra Veloz, condujeron entrevistas con veintinueve confeccionistas (trece de ellos propietarios de tierras) y cinco presidentes de asociaciones de productores y comerciantes en Pelileo. Finalmente, en marzo de 2008, North tuvo la oportunidad de acompañar a la gerente de una empresa norteamericana de “comercio justo” en sus rondas de conversaciones con confeccionistas pelileños sobre las posibilidades de exportación de jeans a los Estados Unidos. En otras palabras, el estudio aquí presentado surge de casi 20 años de seguimiento periódico de la evolución del sector de confecciones en Pelileo por parte de los dos autores.

Más adelante se hace un análisis de las características específicas del contexto histórico y socio-económico local que favorecieron el desarrollo de las empresas familiares. Los altibajos macro-económicos durante las décadas del crecimiento y estancamiento de la industria de jeans son presentados en el capítulo 2. Los resultados de las veintinueve entrevistas conducidas con jefes y jefas de empresas de confección durante 2005-2006 son analizadas en el capítulo 3, con referencia especial a la organización del sector de confecciones en empresas familiares. En el capítulo 4 presentamos dos historias de vida empresarial exitosa para resaltar ciertas tendencias en la evolución y organización de la producción de jeans en Pelileo. El capítulo 5 analiza al sector desde la perspectiva de la formación

de capital social. Finalmente nuestras conclusiones y algunas recomendaciones para la implementación de políticas públicas.

Dado el hecho que la mitad de las personas que trabajan en la industria de jeans son mujeres, utilizamos las formas masculinas o femeninas de las palabras obrero y empleado en una manera indiscriminada. Finalmente, señalamos que el análisis no incluye consideraciones sobre los impactos de las crisis financieras y económicas que se desataron en octubre 2008.

I.

Un contexto local favorable para la diversificación: minifundios, ferias y escuelas

Los estudios sobre el empleo rural no-agrícola (ERNA) en América Latina tienden a concentrarse en la diversificación agroindustrial y la creación de nuevos empleos en el comercio, servicios, y el sector público, además de empleos urbanos, en general para poblaciones rurales ubicadas cerca a las ciudades (Schejtman, 1994,1999). Prestan poca atención a la manufactura rural no relacionada a la agricultura, posiblemente porque es un fenómeno relativamente raro; tampoco enfocan fenómenos regionales/subnacionales, o territoriales-históricos, fundados a partir de la diversificación rural, ni consideran la posibilidad de la presencia de ciertos patrones culturales relacionados al surgimiento de comportamientos empresariales.¹

La situación y características del ERNA en Pelileo, se relaciona con los fenómenos analizados en conocidos estudios a nivel latinoamericano y resumidos por Dirven: el total de ingresos procedentes del ERNA “aumenta con los distintos activos (tierra, educación, capital, acceso a caminos y otra infraestructura, y proximidad de los mercados o más bien a concentraciones de población)” (2004: 56). Sin embargo, al parecer los

1 En América Latina, según los censos de población, el ERNA creció de más o menos 17 por ciento de la población económicamente activa (PEA) rural en 1970 a 24 por ciento durante la década de 1980; a base de estimaciones, llegó al 30-35 por ciento de la PEA rural de la región en 1990 y, según encuestas de hogares realizadas en once países de la región, a 39 por ciento en 1999 (Dirven, 2004: 51 y 53). En el caso ecuatoriano, la Encuesta de Hogares de 1990 reporta que un 38 por ciento de la población rural realizaba actividades no-agrícolas en ese año, la Encuesta de Condiciones de Vida de 1995 fija la cifra en 35.2 por ciento de la PEA rural (Martínez, 2000: 34 y 46), y el Censo de 2001 en 39.9 por ciento.

estudios que ella resume, no profundizan sobre la cuestión de la tenencia de la tierra; en sus conclusiones Dirven propone que, entre otras cosas, “habría que prestar mayor atención al tipo de vinculaciones que emanan de la agricultura extensiva en contraposición con la intensiva” (2004: 68). Es precisamente este punto, la relación con la tierra y la agricultura intensiva de minifundistas, que se explora en el caso de Pelileo. Además, señalamos ciertas continuidades históricas que sugieren la existencia de un *path dependency* favorable para la diversificación y el desarrollo humano. No es posible entender los orígenes y desarrollo manufacturera-artesanal o familiar de Pelileo (y tampoco de otros sectores de Tungurahua) sin referencia a procesos históricos locales y territoriales que generaron un “campo de fuerzas” sociales (para utilizar el concepto de E.P. Thompson) que favorecieron el desarrollo comercial y la formación de ferias, la extensión de la educación, demandas para la ampliación de la infraestructura, un interés en el desarrollo tecnológico, y la acumulación de capital.

La producción artesanal en el cantón Pelileo, al igual que en otras partes de la provincia de Tungurahua data, por lo menos, de mediados del siglo XIX, aunque bien puede ser más temprano (Ibarra, 1987; Martínez, 1994: 64; Forster, 1990: 42).² La producción de pantalones y de camisas para los mercados locales comenzó en la década de 1920 en este cantón (Dávalos, 1996: 2), y aquellos que se convirtieron en los primeros confeccionistas de jeans estaban produciendo pantalones en los años 1950, es decir, inmediatamente después del terremoto que destruyó a Pelileo Viejo.

En lo que sigue, revisamos los elementos del “campo de fuerzas” socio-económicas, o de los factores inter-relacionados, que permitieron el surgimiento de las empresas familiares manufactureras en Pelileo:

- un patrón de distribución de la tierra relativamente equitativa, con la presencia de minifundios productivos;
- un sistema extenso de ferias; una ubicación favorable en el territorio nacional y la presencia de una infraestructura de transporte y comunicaciones;

2 Naranjo menciona que a fines de 1600, funcionaron ocho obrajes en Tungurahua y el obraje de Santo Tomás, “uno de los más sobresalientes”, estuvo situado “en las inmediaciones de Pelileo” (1992: 42)

- la expansión temprana de un sistema de educación;
- y, la presencia de las mujeres en la comercialización y producción.³

Los artesanos o pequeños productores de Tungurahua en general y Pelileo específicamente eran tanto habitantes de cabeceras de cantón como minifundistas, es decir, campesinos libres dueños de pequeñas extensiones de tierra que podían disponer de su propia fuerza de trabajo y vender sus productos agrícolas y artesanales, ya sea de forma directa en el dinámico sistema de ferias locales o de forma indirecta a través de comerciantes que los contrataban para producir una variedad de productos para los negocios urbanos.⁴

De hecho, “la singularidad de la estructura agraria tungurahuese con respecto a las demás provincias de la sierra” (Guerrero, 1983: 39, citado en Naranjo, 1992: 61) formaba uno de los factores claves en la diversificación económica y el progreso social en la provincia. Con las guerras de la Independencia se inició una tendencia hacia la parcelación, con el repartimiento de tierras de latifundistas defensores del régimen colonial a “oficiales y soldados que habrían participado en las luchas independentistas” (Naranjo, 1992: 61). En el curso del siglo XIX, “el proceso de división de la gran propiedad... permitió a los grupos indígenas recuperar parte de sus tierras usurpadas” y por eso “la población indígena de Tungurahua pudo desarrollar una economía campesina relativamente independiente” (Naranjo, 1992: 61). A mediados del mismo siglo, las pequeñas fincas agrícolas eran prominentes en las áreas adyacentes a Ambato, y la provincia de Tungurahua en general se caracterizaba por “una estructura rural progresista” que se prestaba para el desarrollo comercial (Bromley, 1980: 83, 89). Para finales del siglo XIX, los minifundistas que eran propietarios de tierras fértiles de valle formaban un segmento destacado de la sociedad rural en la provincia de Tungurahua. En efecto, es posible que en ese tiempo hayan sido ellos (en lugar de los latifundistas, que reinaban

3 El análisis de estos factores que sigue abajo se deriva, en buena parte, del trabajo previo de Martínez (1994) y de North (2008: 255-276).

4 Se puede encontrar un cuadro sobre “Principales Ferias de la Provincia de Tungurahua” en Naranjo (1992: 92-93).

en las áreas rurales de la mayoría de las provincias serranas), quienes dominaban el comercio provincial de productos alimenticios domésticos (Ibarra, 1987; Forster, 1990: 39-58).

Los minifundios se convirtieron en predominantes en la estructura agraria de Tungurahua en el siglo XX, siendo particularmente acentuada su presencia en Pelileo y Ambato según datos de 1941 (Martínez, 1994: 51). Además, en esta provincia, los minifundios se ubicaban en las tierras fértiles de los valles. Aunque a mediados del siglo XX, las grandes propiedades (de más de 100 has.) controlaban algo más del 50 por ciento de la superficie, se ubicaban mayoritariamente en los pisos altos (Martínez 1994: 55-58), un contraste fuerte con otras zonas de la sierra ecuatoriana donde los pequeños propietarios ocupaban las zonas menos fértiles de pendientes y alturas. En el curso de 1930 hasta 1987, la propiedad de la tierra por parte de los pequeños productores aumentó por medio de compras y la construcción de sistemas de riego; algunas acequias importantes ya habían sido construidas a mediados del siglo XIX (Martínez, 1994: 49). Finalmente, durante la década de 1960 y 1970, los pequeños productores aumentaron su control sobre la tierra agrícola por los impactos de las modestas leyes de reforma agraria de 1964 y 1973 (Forster, 1990: 303-7; Chiriboga, 1988). Según el III Censo Nacional Agropecuario de 2001, 61.01 por ciento de la tierra en el cantón de Pelileo estaba repartida en unidades de 5 hectáreas o menos.

Otro factor clave en la singularidad del desarrollo socio-económico de esta provincia fue su sistema extenso de ferias, (o para decirlo de otra manera, el desarrollo precoz de las relaciones comerciales), relacionado con la presencia de agricultores libres. Bromley señala que cuando “un *hinterland* urbano tiene una gran proporción de pequeños propietarios, esto fomenta el desarrollo de centros comerciales, que a su vez estimulan más la expansión de la producción agrícola” (1986: 196). En el caso de la capital provincial, Ambato, el funcionamiento de “la feria de lunes” data desde 1870. En otras palabras, las ciudades, pueblos y aldeas de la provincia no fueron simples “apéndices” de un sistema hacendatario. Funcionaron como centros de comercialización para muchos pequeños productores agricultores y artesanos. Además de vender la producción de sus pequeñas fincas y “empresas familiares” en las ferias, los artesanos rurales y urba-

nos eran contratados como trabajadores a domicilio por comerciantes ubicados especialmente, pero no sólo, en Ambato.

De hecho, desde tiempos coloniales, Ambato tenía una ubicación estratégica en la red nacional de comercio y de transporte entre la Costa y la Sierra, entre las regiones de la Sierra central y del norte y entre todas estas regiones y las áreas de la Amazonía central. Pelileo no sólo que está ubicado a apenas veinte kilómetros de Ambato, sino que la ruta principal de la Sierra central a la región amazónica atraviesa el pueblo. Asentados en el punto de confluencia de las principales rutas de transporte, los minifundistas-artesanos libres e independientes de las áreas adyacentes a Ambato, tuvieron la oportunidad de participar en el creciente intercambio comercial entre la Costa y la Sierra generado por el auge de las exportaciones de cacao de la Costa que tuvo lugar a partir de 1860 hasta la década de 1920.

Además de vender sus productos agrícolas y artesanales,⁵ los minifundistas se convirtieron en comerciantes dentro del intercambio creciente de mercancías entre la Costa y la Sierra (los productos eran transportados por senderos precarios, utilizando animales de carga y cargadores). Este comercio también abrió el acceso a crédito relativamente barato y expandió las oportunidades para la acumulación de capital en pequeña escala que pudo ser usado para la compra de más tierra. Aunque la construcción del ferrocarril que conectaba la Costa con la Sierra fue terminada en 1908 y llegó a Pelileo en 1918, el comercio de carga, o la arriería, permaneció como una opción viable hasta la década de 1930 (Forster, 1990: 61-61).⁶ Mientras tanto, en 1928, el gobierno nacional suscribió un contrato con la empresa Leonard Exploration Company “para la construcción de la carretera Ambato-Mera, posiblemente la primera vía moderna de penetración en la Amazonia ecuatoriana” (Larrea, Larrea, y Bravo, 2008: 3), vía de transporte y comunicaciones también para los pelileños. Después

5 Tanto indígenas como mestizos trabajaban como artesanos. En un censo de población de dos parroquias (Picahua y Totoras), conducida en 1875, se “registraron actividades como costalero [por la mayor parte indígenas], hilandero, costurero, macanero, tintorero, panadero y sastre” (Martínez, 1994; 67). Los costaleros formaban la mayoría de los artesanos por la importancia de la producción de costales para la exportación de cacao.

6 La arriería estaba muy difundida por varios cantones de Tungurahua, Pelileo entre ellos (Ibarra, 1987: 154).

de la Segunda Guerra Mundial, el auge bananero (1948-1972) reactivó el comercio entre Tungurahua y la Costa e incentivó la extensión de la infraestructura vial. (Analizamos los impactos del boom petrolero y del desarrollismo, sobre el contexto macroeconómico nacional del surgimiento de la producción de jeans en el siguiente capítulo).

Adicionalmente a la infraestructura de transporte –la llegada del ferrocarril a comienzos del siglo XX y la construcción paulatina de carreteras más tarde– la temprana expansión de la electrificación a Pelileo generó un estímulo adicional para el desarrollo comercial y, eventualmente, para la participación de los minifundistas en la producción y comercialización de cantidades crecientes de productos artesanales. La electrificación alcanzó la cabecera cantonal en 1927 (Guevara, 1945: 382) y más del 85 por ciento de los hogares en este cantón disfrutaba del servicio eléctrico hacia mediados de la década de 1990, un cantón donde más del 80 por ciento de la población, según el Censo de Población y Vivienda, seguía siendo rural en el 2001.

En efecto, una serie de factores que se reforzaron mutuamente –incluyendo el acceso generalizado a la propiedad de la tierra, las libertades sociales (entre ellas la libertad de movimiento) y el fácil acceso a los mercados– facilitaron los procesos de diversificación rural. También crearon un contexto social en el cual se valoraba la educación y el conocimiento de las nuevas tecnologías relevantes para la expansión de la producción de mercado. Ya en 1869 el Consejo Cantonal de Pelileo buscó establecer escuelas primarias para los “niños aborígenes, quienes no habían obtenido las ventajas relacionadas a los beneficios de la educación desde los tiempos más remotos”, una iniciativa que seguramente tenía relación con el hecho que por lo menos algunos grupos indígenas habían “recuperado” tierras en el siglo XIX, después de la Independencia (Naranjo, 1992: 61). A su turno, los primeros esfuerzos para establecer una escuela secundaria en la cabecera datan de 1897 (Guevara, 1945: 347, 354).

Estas iniciativas para extender la educación se destacan en comparación, por ejemplo, con la tardía expansión del sistema educacional en las provincias vecinas de Chimborazo y Cotopaxi. En las zonas rurales de predominio de latifundios trabajados por indígenas huasipungueros, en Chimborazo por ejemplo, las instituciones de educación primaria accesi-

bles a las poblaciones indígenas empezaron a establecerse por iniciativa de la Iglesia sólo en la década de 1960, eso es, aproximadamente cien años después de los primeros esfuerzos para expandir la educación primaria a las poblaciones indígenas por parte del Consejo Cantonal de Pelileo. El analfabetismo de las masas subordinadas de otras partes de la sierra formó parte importante de los mecanismos de control social y político por parte de las clases dominantes latifundistas (Lyons, 2006: 240 y 300).⁷

Finalmente, en cuanto a los antecedentes históricos del rol prominente de las mujeres en la industria de confección de jeans, cabe señalar que la participación de los hombres en la arriería durante la segunda mitad del siglo XIX –sus ausencias prolongadas durante los viajes a la Costa– crearon espacios para la participación de las mujeres en actividades productivas independientes⁸. Además, existen evidencias que, por lo menos en esta parte del Ecuador, las mujeres han participado en la comercialización y producción en una manera aparentemente independiente desde la época colonial.⁹

En resumen, el acceso generalizado a la tierra por parte de los minifundistas –es decir, la presencia de un campesinado libre propietario de tierra– fue claramente uno de los elementos claves que hizo posible que la población rural de Pelileo en particular, y de una gran parte de Tungurahua en general, aproveche las oportunidades comerciales presentadas en la producción agrícola y artesanal. En 1971, por ejemplo, la Misión Andina señaló que “debido al desarrollo que ha alcanzado dicha artesanía, no se aprecia un mayor número de mano de obra desocupada, habiéndose incrementado la pequeña industria de calzado, la talabartería en general, los tejidos, la confección de ropa, etc.” (MAE, 1971: 20). O, para avan-

7 Cuando la Iglesia empezó su ahora famoso proyecto de diversificación rural en Salinas de Guaranda en 1960 y 1970, tampoco existieron escuelas primarias en esta parroquia rural. En efecto, además de una reforma agraria –la venta de las tierras de la Iglesia a los campesinos de la zona– una de las primeras preocupaciones de los promotores asociados a la Iglesia fue la extensión de la educación a la población. Sin educación, los programas de diversificación productiva y comercial no hubieran sido posibles.

8 Ver Forster, 1990: 276-277.

9 Naranjo se refiere brevemente a levantamientos de mujeres comerciantes –mestizas e indígenas– en Baños, Quisapincha, y Pelileo (Moreno, 1984: 230-232, citado por Naranjo, 1992: 47). Igualmente Sarah Hamilton (1998), presenta un análisis en base a un profundo trabajo de campo sobre la igualdad de género en una zona indígena de la vecina provincia de Cotopaxi.

zar nuestro argumento desde otra perspectiva, la ausencia de una dominación latifundista y de relaciones sociales serviles facilitó el surgimiento de una variedad de formas de crecimiento comercial en las que importantes segmentos de la población podían obtener ingresos y beneficios. En Tungurahua, el huasipungo, la versión ecuatoriana de la servidumbre, “fue prácticamente insignificante” pues en 1954 “los huasipungos no llegaban ni al 2 por ciento del total de explotaciones y el 0.8 por ciento de la superficie total” (Martínez, 1994: 52).

En la presencia del crecimiento de esta multiplicidad de actividades que proveían fuentes de empleos e ingresos, los niveles de migración desde Tungurahua han sido relativamente bajos.

La conexión entre agricultura minifundista y la diversificación manufacturera persiste hasta ahora: casi la mitad (13 de 29) de los confeccionistas entrevistados por los autores en 2005-2006 también eran propietarios de pequeñas parcelas de tierra.

Asimismo, durante los 1998 y 2001, cuando North conducía su serie de entrevistas con quince productores de jeans en Pelileo y en la parroquia adyacente de Huambaló, señaló:

Cuándo se podría esperar que el sector manufacturero textil se hubiese ya separado enteramente de sus lazos y orígenes agrícolas, diez de los quince productores combinaban la producción textil con trabajo en actividades agrícolas y ganaderas y/o la crianza de animales menores para el autoconsumo o para el mercado. Estos artesanos vendían tomates de árbol, cebollas, papas y fruta, así como leche, pollos, huevos, cuyes y cerdos. Además, para algunos de los que estaban dedicados a tiempo completo a confeccionar jeans, los ahorros de la crianza de animales les había provisto de al menos una parte del capital para establecer su empresa. Y la tierra y los animales, sea para la subsistencia o para la venta, significaron algo de seguridad en medio de la crisis de 1999-2000 que siguió al colapso del sistema bancario privado del país, y más tarde, frente a los impactos de la adopción del dólar norteamericano como moneda oficial del Ecuador (2008: 260).

Los resultados de las entrevistas conducidas durante 1998-2001 por North y por North y Martínez en 2005-2006 son consistentes con los

hallazgos de la encuesta de 455 artesanos de Tungurahua realizada en 1991-1992 por Martínez (1994). Sus encuestados provenían en gran parte de las cabeceras parroquiales e incluían pocos propietarios de empresas de los sectores rurales vecinos, donde también se encuentran muchas empresas familiares. No obstante, Martínez encontró que casi la mitad de los artesanos que vivían en las cabeceras eran propietarios de parcelas, la mayoría de estas propiedades de menos de una hectárea; y 42 por ciento declaró que sus ingresos provenían de más de una fuente, siendo la agricultura y el comercio las actividades secundarias mencionadas con mayor frecuencia (Martínez, 1994: 122, 106-107). Cuarenta de los 455 artesanos de aquella encuesta eran productores de jeans de El Tambo, un sector urbanizado del pueblo de Pelileo, y aún entre ellos, 37,7 por ciento eran propietarios de parcelas de tierra (Martínez, 2000: 68).

Las conexiones actuales entre los mundos agrícola y artesano salieron a la luz no sólo en las entrevistas con los confeccionistas y otros artesanos, sino en otras entrevistas con varios observadores y líderes del sector, entre ellos un presidente de la Cámara de Artesanos de Tungurahua (Entrevista, Ambato, marzo 1998), una asociación provincial de las empresas de mayor tamaño en ese sector. Él pensaba que hasta un 20 por ciento de los miembros de esta Cámara provincial, más o menos 800 en total para ese entonces, eran residentes rurales y propietarios de tierra. Él indicó también que más o menos treinta miembros de la Cámara trabajaban en agricultura de invernadero.

Concluimos esta sección con apuntes comparativos nacionales e internacionales, sobre la diversificación productiva, el bienestar social, y la tenencia de la tierra. Empezando con las comparaciones nacionales, se puede ver una relación entre prosperidad, diversificación manufacturera-comercial, y la presencia de minifundistas o de una distribución democrática de tierra en otros cantones rurales de la sierra.¹⁰ Adicionalmente a los cantones como Pelileo y Cevallos en Tungurahua (donde los minifundistas son dueños de 61.0 y 90.3 por ciento de la tierra respectivamente), podemos señalar un fenómeno similar en el cantón Antonio Ante en la provincia de Imbabura, un cantón donde el 26.7 por ciento de la PEA se

10 Consideramos minifundios a UPAs de 5 has. y menos.

encuentra en la industria manufacturera y 40.8 por ciento de la tierra está en manos de minifundistas. En el cantón Cayambe, en la provincia de Pichincha, los indicadores sociales positivos tienen una relación con dos fenómenos que sin duda han mejorado los ingresos de las poblaciones rurales: la reforma agraria que se llevó a cabo en el cantón, permitiendo el surgimiento de una industria lechera campesina, y el crecimiento de la producción florícola, un sector intensivo en el uso de mano de obra con salarios relativamente altos para la zona (Chiriboga, 2008: 167-169). Sería relevante hacer un estudio sistemático de este tipo de relaciones entre prosperidad (o bajos niveles de pobreza) y la presencia de la pequeña propiedad campesina y la diversificación económica rural.

En todo caso, los resultados de un estudio conducido para el Programa de Dinámicas Territoriales Rurales de RIMISP son consistentes con la hipótesis de que la mejor distribución de la tierra y otros activos pueden relacionarse positivamente con la reducción de la pobreza. Específicamente, el estudio encontró que en el Ecuador, “las parroquias con mayor desigualdad social (coeficiente de Gini) en 1990 tuvieron un menor crecimiento y menor reducción de pobreza. Este caso confirma la hipótesis de varios estudios que identifican a la desigualdad social como un obstáculo para el desarrollo” (Larrea *et al.*, 2008: 11-12). Adicionalmente, vale la pena señalar que el estudio encontró una “falta de correspondencia entre el crecimiento económico y la reducción de la pobreza”, un resultado que se debe “al pronunciado aumento de la desigualdad social” en el Ecuador (2008:10).

En cuanto a las comparaciones internacionales, varios estudios recientes señalan una correlación entre el crecimiento económico, el bienestar, y la distribución equitativa de la tierra junto con acceso a la educación. Por ejemplo, Deininger y Squire (1998) encontraron que la desigualdad en la distribución de la tierra tiene un impacto importante en las posibilidades de crecimiento económico¹¹. Un estudio de 108 países, utilizando datos de los años 1960, “llegó a la conclusión de que la concentración de tierra y la distribución de oportunidades educativas son los factores más importantes que explican la desigualdad” (Thorp, 1998: 27).

11 Ver también, Birdsall, Ross y Sabot, 1995 y Ferranti *et al.*, 2003.

Sugerimos que la demanda de la educación surge tempranamente en situaciones donde muchos pequeños productores libres de la dominación latifundista tienen acceso a la tierra y a la comercialización; a su turno, la educación fortalece la capacidad de los pequeños productores para incorporar las tecnologías modernas a sus actividades y para participar con éxito en actividades comerciales. Al respecto es significativo que la mitad de la población de Costa Rica, el llamado “estado tropical de bienestar social”, sabía leer y escribir ya en 1905 cuando el 70 por ciento de su población era rural (Booth, 1990: 391 y Winson, 1989). La diferencia entre Costa Rica y los vecinos países centroamericanos exportadores de café, conocidos por las condiciones miserables en que viven sus poblaciones rurales, radica en que mientras los pequeños y medianos productores del primer país, controlaban más que la mitad de este grano producido para la exportación en la Meseta Central, fueron los latifundios los que monopolizaban la producción y comercialización del café en El Salvador y Guatemala.¹²

12 Ver Paige, 1997: 53-95.

II.

Los altibajos del contexto macro-económico nacional de los productores de jeans de Pelileo

La industria de jeans en Pelileo comenzó a crecer durante el *boom* petrolero (años 1970), conocida como época desarrollista en la historia económica del país y continuó creciendo durante la denominada “década perdida” de los años 1980 y hasta más o menos mediados de los años 1990. Desde entonces la confección ha pasado por una serie de dramáticos altibajos que incluyeron los impactos negativos de la guerra con Perú en 1995, cortes y racionamientos en los servicios de electricidad a mediados de la misma década, los efectos depresivos en la economía nacional con la caída de los precios del petróleo en 1998, los efectos del fenómeno de El Niño en 1999, y finalmente la crisis bancaria de 1999. A todo esto se sumaron la incertidumbre económica generada por la inestabilidad política y, desde 2000, los impactos de la adopción del dólar como moneda nacional. Sin embargo, según el censo de 2001, el tamaño del sector manufacturero del cantón seguía siendo significativo, representando al 20 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA).

Los años del ‘boom’ petrolero

En el Ecuador, las tasas de crecimiento fueron bastante altas durante los años del *boom* petrolero: el PIB per cápita creció a un ritmo de 3.3 por ciento durante 1973-1980 (Acosta, 2002: cuadro 26: 382). Aunque no queda muy claro hasta qué punto este crecimiento económico contribu-

yó a la reducción de la pobreza en general así como a la ampliación de los mercados, para los sectores de bajos ingresos. Sin embargo, no existen dudas que los procesos de urbanización y el crecimiento de una clase media urbana fueron notables e incrementaron la demanda para bienes de consumo como el vestido. La población urbana creció a una tasa anual de 4.48 por ciento entre 1974 y 1982 (Acosta, 2002: cuadro 25: 381). Además las oportunidades de migración rural-urbana y el empleo migratorio en la construcción en las principales ciudades del país se mantuvieron altos hasta la crisis de la deuda en 1981-1982.

Adicionalmente al crecimiento del mercado urbano y de las clases medias, ciertas políticas desarrollistas específicas, aunque fueron diseñadas para fomentar el sector manufacturero fabril (como la protección aduanera), favorecieron a los eventuales pequeños productores de jeans. Vos señala que “En la mayoría de las ramas de bienes de consumo no durable... la tasa de protección efectiva legal [era] cerca o más de 100 por ciento” (1987: 118). En esta situación, la industria manufacturera creció a tasas anuales de 9 por ciento entre 1972 y 1982 (PNUD, 1999: 38). Por otra parte, la “siembra del petróleo” a través de inversiones en la infraestructura tuvo impactos importantes en el país y en particular en nuestra zona de estudio: la electrificación y el mejoramiento de las vías de comunicación fueron esenciales para el crecimiento del sector de jeans en El Tambo/Pelileo y más tarde en las zonas rurales cercanas.

En resumen, hacia fines de 1970, toda la zona alrededor de El Tambo/Pelileo disfrutaba de servicios eléctricos, así las maquinas de coser a pedal pasaron a la historia. Al mismo tiempo, la pavimentación de la carretera que conecta Pelileo con Ambato acortó el tiempo de viaje a la ciudad capital de la provincia a una media hora. Las bajas tasas de interés de la década (Vos, 1987: 101) y los altos niveles de protección también ayudaron en la expansión del sector.¹ En estas condiciones favorables del *boom* petrolero, la participación de la manufactura en el producto interno bruto

1 Es importante apuntar que, aún con las políticas de apoyo para las industrias nacionales financiadas por el *boom* petrolero, el proceso de Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) fue débil en el Ecuador. La PEA en el sector manufacturero creció de 12.2 por ciento en 1974 a sólo 13 por ciento en 1982 (Larrea, 1992).

(PIB) (de tamaño expandido por el auge petrolero) subió al 19 por ciento en 1982 (Larrea, s/f: 5). Adicionalmente, las inversiones públicas en la educación tendrían impactos favorables en la futura formación de una segunda y tercera generación de confeccionistas (como veremos más adelante) para incorporar las nuevas tecnologías y enfrentar los cambios y la competencia creciente en el mercado, esto es, para sobrevivir como empresarios durante los altibajos dramáticos ocurridos en la economía nacional a fines de los años 1990 y comienzos del dos mil.

La ‘década perdida’ de los años 1980

Tanto la tasa de crecimiento como el nivel de bienestar social declinaron dramáticamente en los años que siguieron a la crisis de la deuda (1981-1982) y la adopción de políticas de estabilización implementadas especialmente por la liberalización económica y ajuste estructural basados en el “Consenso de Washington”. Estas fueron políticas exigidas por las instituciones financieras internacionales (el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial) y los principales países donantes extranjeros (Estados Unidos el más importante entre ellos), pero también fueron aceptadas y en ciertos momentos hasta lideradas por las elites socio-económicas y políticas costeñas y serranas. Como resultado, el PIB per cápita se redujo a -0.7 por ciento por año durante 1980-1989 (Acosta, 2002, cuadro 26: 382), una cifra que contrastaba fuertemente con el crecimiento robusto de la década anterior del *boom*.

Sin embargo, los procesos de liberalización comercial y ajuste estructural neoliberal avanzaron lentamente, tomando cierta coherencia sólo en los años 1990. Por ejemplo, la protección aduanera se mantuvo durante la década de los años 1980, y más bien, un “conjunto de medidas condujeron a elevar sustancialmente el grado de protección efectiva de la industria ecuatoriana” (Samaniego, 1993: 12). Al mismo tiempo, la continua devaluación del sucre frente al dólar norteamericano dio una protección efectiva adicional a las industrias manufactureras y artesanales del país, incluso por supuesto, a los productores de jeans: desde 1982, en “los planes de ajuste económico... ha primado la devaluación como mecanismo para

mantener superavitaria la balanza comercial, en base al estímulo de las exportaciones tradicionales” (Samaniego, 1993: 55).²

Aunque la demanda interna cayó dramáticamente durante la llamada “década perdida”, el sector manufacturero simplemente se estancó, y debido a la baja en las importaciones, la rama de “textiles, prendas de vestir e industria del cuero” creció a una tasa anual de 1,51 por ciento desde 1979 a 1990 (Samaniego, 1993, cuadro 1: 18), o tomando el periodo 1982-1990, al 0.4 por ciento por año (Lanusse, 1993: 37). Sin embargo, Larrea (s/f: cuadro 2,7) presenta datos para sostener que la producción de textiles cayó, pero levemente, a una tasa anual de -0.18 por ciento entre 1982 y 1990, después de haberse mantenido a una tasa de 9.10 por ciento anual entre 1972 y 1982.

El ajuste y las crisis de los años 1990 en adelante

Las tasas de crecimiento económico se recuperaron a comienzos de los años 1990, llegando al 2.2 por ciento por año en promedio durante 1990-1999 (Acosta, 2002: cuadro 26: 382), pero el promedio anual esconde el hecho que estas tasas fueron bastante más altas a comienzos de la década. Así, muchos confeccionistas pelileños se acuerdan de este período como una etapa de bonanza en el desarrollo del sector de jean. No obstante, una serie de situaciones adversas golpearon al país: la guerra con Perú en 1995, seguida por una caída precipitada de los precios del petróleo; las inundaciones y daños provocados por el fenómeno del Niño en 1999, y finalmente la crisis bancaria de 1999, consecuencia de la liberalización financiera de 1992-1994. A todo esto se sumaron, primero, los impactos de la implementación sistemática de las políticas de ajuste y liberalización comercial, que empezaron con la presidencia de Sixto Durán Ballén (1992-1996), y más tarde en el nuevo siglo, los impactos de la adopción del dólar norteamericano como moneda oficial en 2000, fueron dramáticos, especialmente en el sector manufacturero. La combinación

2 Vale la pena señalar que la devaluación como herramienta para reactivar la economía nacional no estaría disponible después de la adopción del dólar en 2000.

de liberalización y dolarización golpeó a todos los sectores manufactureros, en particular al sector textil y por supuesto a los productores de jean de Pelileo.

El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca (MICIP) anunció en 1992 que la posición del Gobierno de Durán Ballén frente a la cuestión de políticas de desarrollo industrial era de: “no hacer ninguna política y ninguna planificación de largo plazo; se pretende únicamente dar lineamientos para que el sector industrial pueda desarrollar sus propias potencialidades, eliminando todo tipo de subsidio y protección” (citado por Lanusse, 1993: 44). Era una declaración de fe ideológica en el funcionamiento ‘libre’ de los mercados y una receta de economía política que varios economistas destacados consideran como la fórmula para alimentar el subdesarrollo (Chang, 2007; Rodrik, 2007). Las consecuencias de esta fe, que predominó en la política económica nacional durante largo tiempo, se vieron durante los gobiernos y golpes de estado desde 1996 en adelante.

En medio de las crisis políticas y económicas más severas del siglo, el sistema bancario desreglamentado se pulverizó, “El PIB, medido en dólares, cayó en 31 por ciento entre 1998 y 2000 ... El PIB por habitante se redujo en 33 por ciento, al caer de 1.619 dólares a 1.079 entre 1998 y el 2000” (Acosta, 2002: 196). En 1999, la pobreza en el Ecuador creció hasta llegar a 91.8 por ciento entre la población indígena y 64.1 por ciento entre la no-indígena (Larrea, 2007, gráfico 3: 32). Al mismo tiempo, entre 1995 y 2000, “el gasto social per cápita disminuyó en 22 por ciento en educación y un 26 por ciento en salud” (Acosta, 2002: 196). Mientras tanto, los ingresos se concentraron más y más en las manos de los grupos más pudientes (Larrea, 2004, gráfico 4: 82); la concentración fue especialmente notable entre 1990 y 2000. “Mientras en el primer año el 10 por ciento más rico de la población percibía 20 veces más que el 10 por ciento más pobre, en el año 2000 esta proporción subió a 41 veces” (Larrea, 2006: 114). A consecuencia de todos estos fenómenos, la demanda o la capacidad de compra de las clases medias y populares cayó con estrépito, hasta de los productos esenciales. Todavía para 2006, los niveles de pobreza e indigencia en el Ecuador se mantuvieron escasamente por encima de las cifras registradas en 1995.

Existen varias maneras de medir la pobreza pero; desde nuestra perspectiva de identificar ampliaciones y contracciones en el mercado de los productores de jian, las medidas de pobreza basadas en el consumo pueden ser las más relevantes.

Cuadro No.1				
Incidencia de pobreza de consumo por ciudad/campo y región, 1995-2006 (en porcentajes)				
Área o región	1995	1998	1999	2006
Área urbana	23	28.8	36.4	24.9
Área rural	63	66.8	75.1	61.5
Región				
Sierra	41.7	42.2	51.4	33.7
Costa	36.1	46.4	52.8	40.3
Amazonía	60.5	50	Nd	59.7
Fuente: ECV 1995, 1998, 1999 y 2006. Elaboración: SIISE-STMCDs				

Las crisis de los años de políticas neoliberales tuvieron muchas manifestaciones altamente negativas para la sociedad y economía ecuatoriana, entre ellas, la pérdida de empleos y la consecuente emigración al exterior de un millón de personas: es posible que hasta la sexta parte de la PEA migró fuera del país (Larrea *et.al.*, 2008: 2).

La intensidad de la utilización de capital en la industria y en la agricultura, que limitó la creación de empleos y el crecimiento del mercado interno durante los años del *boom* petrolero de la época desarrollista, se acentuó durante la época neoliberal. El porcentaje de asalariados privados en la Población Económicamente Activa (PEA) se redujo de 30.6 por ciento en 1982 a 27.2 por ciento en 1990 y se estabilizó en 2000 al nivel bajo de 27.5 por ciento. El *downsizing* del Estado cortó aún más el tamaño de la PEA en el sector formal: el porcentaje de asalariados del Estado cayó de 14.6 por ciento de la PEA en 1982 a 12.4 por ciento en 1990 y continuó cayendo hasta llegar a 8.8 por ciento en 2000 (Larrea, 2006, cuadro 8: 115). En di-

ciembre de 2005, “nada más que 41.1 por ciento de la PEA estaba adecuadamente empleada, y el resto debía sujetarse a condiciones inferiores a las consideradas como mínimas en la economía formal” (Tapia, 2007:19). Otras facetas de la liberalización económica y la retracción del Estado afectaron las condiciones del empleo y los niveles salariales, y por ende la demanda para todos tipos de bienes de consumo. La “flexibilización” laboral debilitó la organización sindical y la debilidad de estas organizaciones contribuyó a la incapacidad de la fuerza laboral para mantener o incrementar sus salarios y así mantener o incrementar la demanda económica (Korovkin, 2004). El desempleo y los recortes en los servicios públicos, a su turno, fomentaron la delincuencia y la inseguridad en general.

La capacidad del Estado para intervenir en la economía se redujo a niveles ínfimos, especialmente notoria en la liberalización financiera de 1992-1994 que más tarde se manifestó en la crisis bancaria de 1999. La falta de capacidad de la acción estatal se evidenció de varias formas: cortes continuos de los servicios eléctricos durante 1995-1996 que afectaron especialmente a Tungurahua; débil respuesta a la destrucción causada por fenómeno del Niño de 1999 que inhibió la recuperación de las zonas costeras afectadas por las inundaciones (zonas que conformaban una parte importante del mercado de los confeccionistas de jean de Pelileo). Además, habría que explorar hasta qué punto la disminución del cultivo del algodón se debió a la falta de un adecuado apoyo estatal o a otros factores. El hecho es que el cultivo de algodón, (insumo importante para la industria textil), disminuyó de una manera dramática, de 32.200 hectáreas sembradas en 1992 a 1.800 hectáreas en 2005 (Febres Cordero, 2007: 58), debilitando los encadenamientos productivos de la economía nacional. La falta de capacidad estatal también se mostró en la verdadera explosión de contrabando de la “industria textil... el segundo sector manufacturero más afectado... (17 por ciento del total), sólo superado por el sector de metal-mecánica (18 por ciento)” (Febres Cordero, 2007: 57). Adicionalmente, para incrementar sus negocios ilegales, los contrabandistas pudieron tomar ventaja de los acuerdos comerciales firmados por el Ecuador.³

3 Un análisis de estos fenómenos en la revista *Gestión*, citando a un ejecutivo de una empresa textil, advierte: “Viene un producto de Asia y en esas zonas [libres de Colón en Panamá y la zona franca de Iquique en Chile] los operadores empiezan a mandar a los países de manera ilegal.

Dentro de este contexto, la industria manufacturera en general, y el sector textil y artesanal específicamente, se encontraron en serias dificultades. Una parte significativa de ellas se originó en la dolarización que, al mismo tiempo que introdujo cierta estabilidad financiera, favoreció las importaciones y de esta manera, afectó fuertemente la capacidad de los productores locales para competir en los nuevos mercados liberalizados, generando crisis no sólo en la producción artesanal (por ejemplo, en Otavalo) (Colloredo-Mansfeld y Antrosio, 2005)⁴ y textil (como en las fábricas de telas en Quito), sino también en ciertos sectores de la agricultura (como en la producción frutícola en Tungurahua).

En El Tambo/Pelileo, los confeccionistas pensaban que la dolarización de 1999 podía estabilizar la economía en una manera favorable para sus empresas. Desafortunadamente, en menos de dos años, esta medida más bien provocó una crisis aguda en la confección de jean que, todavía en el 2006-2007, aún no estaba completamente superada. Según la opinión de uno de los principales confeccionistas de Pelileo: en el 2001, “para capear la crisis, los productores se hicieron comerciantes. Así, del total de la ropa que vendieron entre ese año y el 2004, ‘el 90 por ciento era importada y sólo el 10 por ciento era hecha en Pelileo’”⁵. Muchas empresas quebraron, el empleo en el sector se redujo, y “para recuperar mercado, [los confeccionistas] rebajaron el margen de utilidad y buscaron materias primas más baratas en el exterior” (Núñez, 2006).

Como ya lo mencionamos, el dólar abarató las importaciones de telas, lo que indujo a la utilización de más materia prima importada, “quienes perdieron fueron los fabricantes y distribuidores de telas nacionales. En la actualidad, Pelileo sólo consume un 10 por ciento de tela nacional. El resto proviene, ‘legal o ilegalmente’ de Colombia, Perú, Brasil y hasta China” (Núñez, 2006).⁶ Aunque, en cierto momento, se prohibió la im-

Algunas telas pasan por Perú y entran por Huaquillas como producto chileno. Y como el Ecuador tiene acuerdo comercial con Chile, es imposible detenerlo” (Febres Cordero, 2007: 57).

4 Para los otavaleños, la dolarización significó condiciones poco manejables para sus artesanías en los mercados; las ventas bajaron mientras los costos de energía y materiales subieron y por la nueva tasa de cambio (dólar-sol), los precios de las importaciones peruanas se tornaron muy atractivos (Colloredo-Mansfeld y Antrosio, 2005: 20, 24-25).

5 Entrevista a Sebastián Carrasco, Pelileo, 2007.

6 No podemos decir hasta qué punto algunos de los problemas de los productores nacionales sur-

portación de ropa usada, el contrabando de textiles creció a 77 millones de dólares sólo por la zona libre desde Panamá en 2004.⁷ Todo esto, a su turno, se tradujo en la reducción del empleo en las viejas fábricas textiles. Con referencia al sector manufacturero en general, entre el 2000 y 2004, “las empresas manufactureras nacionales... redujeron su participación en las ventas totales de 29.1 por ciento a 23.2 por ciento” (Oleas, 2006: 19). Para colmo, a fines de 2007, “la mayor empresa del sector textil ecuatoriano con más de 80 años en el mercado”, La Internacional, fue comprada por Vicunha Textil, una empresa brasilera (Revista Vistazo, 2008a: 34). Vale la pena mencionar que La Internacional también fue la fábrica donde empezó la historia del sindicalismo textil en el Ecuador en 1933 “cuando 200 de los 300 trabajadores” de esta empresa “se reunieron en la Casa del Obrero de la S.A.I.P (Sociedad Artística e Industrial de Pichincha) para establecer un sindicato” (FUT, CEDIME, y IIE-UE, 1984: 29).

Hacia 2004, se reactivó la industria de jeans de Pelileo, principalmente debido a la recuperación económica general, producto del precio creciente del petróleo y del ingreso de cantidades más y más grandes de remesas enviadas por emigrantes, en su mayor parte desde España y Estados Unidos. Sin embargo, es necesario enfatizar que esta recuperación de la industria ocurrió por lo menos en parte a través de la reducción de los costos laborales con la descentralización del empleo hacia el campo (trabajo a destajo, a domicilio). Según un confeccionista, los empresarios de Pelileo, “en costos de materias primas estamos ‘tas con tas’ con los colombianos, pero nuestra mano de obra es un 30 a 35 por ciento más barata” (Núñez, 2006). Si este es el caso, esto puede significar que, a causa de los salarios bajos, los impactos del sector en la dinamización de procesos de desarrollo local son menores que lo que pudieran ser en otro contexto de

gieron de la falta de capacidad empresarial y no sólo de los impactos negativos de las políticas económicas aquí señaladas.

- 7 La revista *Vistazo* informó que “El contrabando proveniente de China supera los siete millones de dólares, seguido por los productos textiles contrabandeados de Perú que bordean los cuatro millones de dólares y de Colombia que se ubican en tres y medio millones”. “No obstante, las cifras quedan cortas si se analiza el fenómeno desde la zona libre del Canal de Panamá. Mientras Ecuador declaró haber importado siete millones de dólares en textiles desde la zona libre, la exportación real fue de 84 millones” (2005: 36).

políticas económicas que favorezcan el crecimiento de los ingresos de los trabajadores.

En un contexto de competencia, exacerbada por la dolarización, claramente fueron los confeccionistas con mayor capacidad de innovación y transformación tecnológica los que se lograron recuperar y tuvieron éxito aún en las condiciones de mercado generalmente desfavorables que prevalecían a comienzos del siglo XXI (ver más adelante). Sin embargo, dos factores actuaron en contra del desarrollo continuo del sector, a pesar de los esfuerzos de reorganización y tecnificación. Estos fueron: la falta de protección aduanera hasta por lo menos a fines de 2007, cuando el gobierno empezó a contemplar las posibilidades de incrementar los aranceles a la importación (El Comercio, 2007)⁸, y la revalorización del dólar en comparación con las monedas de los países vecinos y asiáticos. La devaluación ya no era posible como instrumento de política económica para mantener la competitividad de los productos nacionales. El presidente de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), Javier Díaz, reclamaba que “sólo las importaciones de productos textiles provenientes de la República Popular China, entre los años 2002 a 2005, crecieron en 275,43 por ciento en promedio” (Febres Cordero, 2007: 57). Este crecimiento se debe en gran parte a la posición fuerte del dólar en relación a la moneda china.

Las tendencias identificadas por los confeccionistas y distribuidores en Pelileo son confirmadas por las estadísticas del Banco Central del Ecua-

8 Para enfrentar la crisis de los sectores manufactureros, el gobierno de Rafael Correa emitió un “decreto ejecutivo en 2007 que dispone a las empresas e instituciones del Estado buscar a proveedores locales como incentivo a la industria nacional”. Como consecuencia, el ejército ecuatoriano cambió su proveedor anterior, una empresa colombiana, para cumplir con el decreto. Al mismo tiempo, otra empresa ecuatoriana fue favorecida por compras de tela para uniformes por parte del ejército venezolano (*Revista Vistazo*, 2008a: 35-36). Adicionalmente, un artículo, informa que ecuatorianos están abasteciendo a las FARC de Colombia con uniformes militares y ropa de camuflaje (*Revista Vistazo*, 2008b: 30-31). También el mismo gobierno de Rafael Correa mediante el Decreto Ejecutivo 696 del 30 de octubre de 2007, publicado en el Registro Oficial 206 del 7 de noviembre de 2007, exoneró a 0 por ciento el arancel nacional de importaciones de un contingente de 14.244, 39 TM de “algodón sin cardar ni peinar” por un período de 8 meses. La mayor parte de esta cuota (95 por ciento) benefició a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), aunque posteriormente el 5 por ciento restante se asignó a los textileros no afiliados, mediante la resolución 422 de febrero de 2008. <http://www.comexi.gov.ec/resoluciones2008.shtml>

dor, que comprueban una explosión de importaciones textiles entre 2000-2001 y la decadencia de las exportaciones de los mismos.⁹ Sólo durante enero-diciembre de 2006, las exportaciones de manufacturas de fibras textiles bajaron un -11.9 por ciento en valor y -45.2 por ciento por volumen (Banco Central, 2006: 12; Revista Vistazo, 2008a: 36). Mientras tanto, la CEPAL documentaba que la PEA en la industria en el Ecuador bajó de 20.1 por ciento en el 2000 a 17.6 por ciento en el 2005.

El cuadro 2 clarifica las condiciones altamente favorables de las cuales disfrutaron los confeccionistas de jeans en los años 1970, cuando la industria estaba arrancando, y por contraste, el conjunto de condiciones fuertemente desfavorables de los años posteriores a 1995. La relativa estabilización económica desde 2004 es producto de factores externos y no de la dinámica interna de una economía y estado reformados por las políticas neoliberales. Últimamente, las políticas sociales del gobierno de Rafael Correa y la Ley de Compra Pública de 2007 han ayudado en el manteni-

Cuadro No.2	
Condiciones macro-económicas del sector de jeans durante los años 1970 y desde 1995 hasta 2006	
Durante los años 1970	Desde 1995 a 2006
Políticas económicas desarrollistas	Políticas económicas neoliberales
Demanda creciente	Demanda declinante o estancada
Protección aduanera de hasta 100%	Falta de, o nivel muy bajo de protección, (aproximadamente 20%), y contrabando creciente
Tasas de interés bajas	Tasas de interés altas
Tasas de cambio favorables para la producción nacional	Tasa de cambio (dólar) desfavorable facilita las importaciones
Textiles de fábricas nacionales	Textiles importados
Estabilidad política y económica	Inestabilidad política y económica con cierta estabilización con altos precios del petróleo y remesas crecientes

9 Información recopilada por Diego Grijalva, 2007.

miento de la demanda interna de los sectores populares, pero fueron los altos precios del petróleo y las remesas de los migrantes los que permitieron la recuperación económica después de la crisis bancaria. Además, con la dolarización, el sector de jeans se ha desarticulado de la industria textil nacional y por ende de la producción de algodón en la costa y de tela de las fábricas nacionales, convirtiéndose así en más dependiente del mercado externo. Antes de la dolarización, existió una articulación mayor entre las diferentes actividades económicas nacionales —es decir, el cultivo de algodón, la manufactura de tela, y la confección de los jeans.

En efecto, las condiciones de vida de grandes sectores de la población, tanto en la ciudad como en el campo, y la demanda en la economía, se mantienen en el Ecuador gracias a las remesas provenientes de la emigración de la sexta parte de la PEA. Encuestas realizadas en el 2005 indicaron que la gran mayoría de los receptores de remesas las destinaban en orden de importancia a alimentos, educación y vestimenta, en otras palabras, a necesidades básicas de la familia (Paz Vela, 2006: 28). Los altos montos de las remesas incidieron en una reducción importante de la pobreza, ésta disminuyó en un 15 por ciento para 2006 (Larrea, 2007: 30), y como ya señalamos, en la reactivación de la demanda interna. Hacia 2005, el monto de las remesas era equivalente al “20.6 por ciento de las exportaciones totales” del país (Oleas, 2006: 18). En Pelileo, la demanda local en general, y aparentemente en la industria de construcción en particular, se mantenía en parte por las remesas. Además, las financieras de micro crédito y cooperativas, como Mushuc Runa, una institución provincial con sucursal en Pelileo, se han visto favorecidas por los depósitos y el manejo de las remesas.¹⁰

10 Es importante señalar que el sector textil en general creció durante 2007, en un 6.7 por ciento (Jácome, Martín-Mayoral y Varela, 2008, cuadro 2: 19). ¿Cómo se puede explicar este fenómeno? A manera de hipótesis se puede mencionar que esta situación podría deberse a la devaluación del dólar, la apreciación de la moneda china, las medidas de protección tomadas para favorecer al sector por parte del gobierno de Rafael Correa, y un cierto mejoramiento en los ingresos de los pobres por la expansión de los programas sociales, especialmente el incremento en el monto del bono de solidaridad.

III.

Las características centrales de la producción del jeans

No existen datos precisos sobre el tamaño de la industria de confección de jeans –el número de empresas y personas empleadas– durante sus varios momentos de auge y crisis. Pero sí existen varias estimaciones que señalan la importancia del sector en la economía local, representando un caso excepcional de crecimiento del empleo rural no-agrícola (ERNA). Igualmente, tenemos aproximaciones, derivadas por la mayor parte de entrevistas con confeccionistas y otros involucrados en la pequeña industria de Tungurahua, sobre los impactos destructivos en el empleo y la producción de las crisis económicas que empezaron a azotar al país a fines de los años 1990.

La industria del jeans había “despegado” a mediados de la década de 1980, pero sus orígenes datan de finales de los años 1960. Los primeros jeans de Pelileo fueron confeccionados por César Paredes en 1968 ó 1969 en máquinas operadas a pedal en un pequeño taller que empleaba a tres o cuatro trabajadores (Entrevista, Pelileo, abril 2000). Sin embargo, hay que apuntar que los confeccionistas pelileños estaban produciendo pantalones ya durante la década de los años 1950, en los años inmediatamente después del terremoto de 1949 que destruyó Pelileo Viejo (Entrevistas conducidas por Martínez en 1991-1992). Cuando César Paredes empezó a expandir su producción en un taller situado fuera de la cabecera cantonal, él mismo pagó para que los servicios eléctricos llegaran hasta el sitio rural donde se ubicaba su empresa. Sin embargo, como ya señalamos, para inicios de los años 1970, al empezar el *boom* petrolero y el auge de la

industrialización por sustitución de importaciones (ISI), todas las áreas rurales alrededor de la cabecera empezaron a ser provistas de energía eléctrica, lo cual posibilitó la expansión de la producción de jeans, de otras prendas y artesanías, a lo largo del cantón.

De acuerdo a las estimaciones más altas que se refieren a los momentos de auge a inicios de la década de 1990, la industria de confecciones empleaba a cerca de ocho mil personas, a tiempo completo u ocasionalmente (García, Eugenio y Navarrete, 1993). Este número significaba alrededor del 20 por ciento de la población total del cantón Pelileo de ese entonces y un porcentaje más alto, posiblemente hasta el 30 por ciento o más, de la PEA. Unos años más tarde, a mediados de los años 1990, el Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSO-TEC), una ONG que prestaba servicios a los confeccionistas durante esa década, identificó tres cientos talleres que se dedicaban a la producción de jeans y otras prendas similares en la parroquia de Pelileo. Al mismo tiempo, se estimaba que pueden haber existido hasta 600 o 700 empresas en todo el cantón (Dávalos, 1996).¹

Como ya se señaló, a fines de los años 1990 y comienzos del nuevo milenio, a consecuencia de la crisis bancaria y los impactos de la dolarización, la industria de jeans experimentó quiebras entre las empresas más débiles y pérdidas significativas de empleo.² Fue una época durante la cual hasta algunos de los productores de jeans más grandes y exitosos suspendieron la producción temporalmente (North, 2008). Los que quebraron o perdieron sus trabajos en la confección y se dedicaron a otras actividades, tanto rurales como urbanas.³

1 Mientras tanto, una publicación local señalaba la existencia de “más de 1.000 talleres” en 1993 (*Pelileo Inmortal*, julio de 1993).

2 Las estimaciones no confirmadas del porcentaje de empresas que desaparecieron durante el periodo 1999-2000 señalan que cerraron entre un 25 por ciento a 40 por ciento, e incluso 50 por ciento, según la opinión de un líder industrial local. El propietario de una tienda de ropa en El Tambo declaró en el 2000 que “durante los pasados seis meses, 2.000 personas se quedaron sin trabajo” en el cantón de Pelileo. (Varias entrevistas, Ambato y Pelileo, 1999 y 2000)

3 En las palabras de un empresario que sobrevivió la crisis, se dedicaron “a traer plátano de la Costa, son taxistas, trabajan en la agricultura, son camioneros y otros se fueron a España. Unos vendieron sus máquinas, y a otros se les quitaron por deudas, y por perder sus máquinas, no podían empezar otra vez porque perdieron su capital” Mientras tanto, en el campo, una confeccionista declaró que “ahora aquí la gente se dedica a la agricultura; en la ciudad, están fregados” (Entrevista en El Tambo, abril 2000).

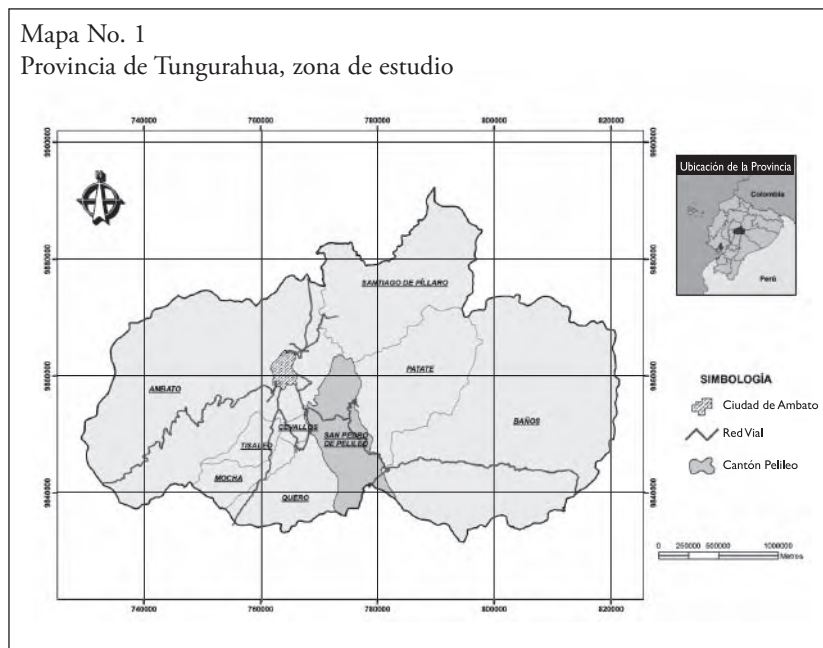
Sin embargo, hacia el 2005, la industria se había reactivado. Según uno de los productores grandes de El Tambo, “hace dos o tres años, 80 por ciento de jeans que se vendían en Pelileo venían del Perú; ahora el 80 por ciento es de producción local y el 20 por ciento es peruano” (Entrevista en El Tambo, marzo 2005). De acuerdo a un reportaje que fue publicado en *El Comercio* en febrero de 2006, la industria de confección en el cantón estaba conformada por 800 empresas (sólo 137 de ellas estaban oficialmente registradas con la municipalidad) que empleaban 17 por ciento de la PEA, y más que el doble de esta cifra (más o menos el 40 por ciento de la población de 52.000 personas) “dependía” de la actividad (Núñez, 2006). La cifra de 17 por ciento es consistente con los datos del censo del 2001 que reporta una PEA de 20.56 por ciento en la rama de industrias manufactureras en Pelileo (INEC, 2001); para explicar la diferencia de 3.5 por ciento entre las dos cifras, hay que tomar en cuenta que la industria de producción de muebles en la parroquia de Huambaló en el mismo cantón también emplea un número significativo de personas.

En marzo de 2008, el presidente de la Unión de Comerciantes Ecuador Soberano⁴ estimaba que unas 600 empresas estaban confeccionando jeans y otras prendas en Pelileo y sus alrededores inmediatos, con unos 400 talleres pequeños adicionales que producían a domicilio en el campo (Entrevista, Segundo Medina, El Tambo, marzo 2008). La descentralización hacia el campo significaba que el tamaño de los talleres o pequeñas fábricas se estaba reduciendo y los sueldos promedios de los obreros y obreras de la industria, junto con las ganancias de los empresarios, estaban cayendo.

En resumen, no podemos presentar datos precisos sobre el tamaño de la industria de jeans pero sí podemos ofrecer ciertas aproximaciones razonables y decir que la industria experimentó un periodo de crecimiento rápido, entre comienzos de los años 1970 y mediados de los años 1990, un periodo en el cual se convirtió en el sector dinamizador de la economía local; ofreció empleo e ingresos para un gran porcentaje de la población y ayudó en el mejoramiento de la calidad de viviendas y en las condiciones

4 Una organización de ocho asociaciones de productores y comerciantes, con un total de 1.900 miembros, que venden en el mercado mayorista de Ambato.

de vida en general. Sin embargo, desde los mediados de los años 1990, la confección de ropa de denim en Pelileo ha enfrentado una serie de contratiempos.



El rol de la familia en las actividades productivas

A continuación, analizamos los resultados de la encuesta realizada durante los últimos meses de 2005 y los primeros de 2006, a 29 jefes y jefas de estas unidades productivas. Pero, antes de analizar el caso específico de Pelileo, planteamos algunas consideraciones generales sobre las empresas familiares considerando que el estudio de la familia como una unidad productiva importante, incluso en el caso de los países más avanzados, ha empezado a interesar a economistas y sociólogos. Aquí nos concentramos especialmente en los estudios que destacan los lazos de solidaridad fami-

liar o intergeneracional que facilitan la implementación de actividades no sólo de refugio sino empresariales y que se han venido conformando aún antes de los procesos de flexibilización del modelo neoliberal, aunque también pueden ser la respuesta a procesos actuales de precarización e informalización laboral.⁵

Durante las décadas de los años 1980 y 1990, proliferaron los estudios sobre la economía informal que ponían el acento en la relación entre el Estado y los productores, estos últimos tratando de escapar de las restricciones impuestas por el primero. Estos estudios ponían el énfasis en la figura del empresario antes que en el grupo familiar dejando en la sombra el rol importante del equipo familiar en las actividades productivas (Portes, 1995). Wilson, por ejemplo, identifica dentro del sector informal a “las iniciativas con base comunitaria”, basadas en “redes sociales, autoconfianza, cooperación y autogobierno que caracterizarían las poblaciones de bajos ingresos en América Latina” (1995: 18). En este análisis, no abordamos esta perspectiva, que por lo demás formaliza o encasilla la realidad en categorías que están lejos de mostrar las características de la “energía social” que disponen los productores en determinados territorios, pues nuestro interés radica justamente en descubrir la importancia del trabajo de la familia en las actividades de confección de ropa.

Tradicionalmente se ha destacado el rol de las familias en la agricultura, en algunos casos vinculado a políticas de “welfare state” (Fahey, 2002), pero también el éxito de grupos familiares empresariales en Estados Unidos (Rodríguez, 2003). Es un hecho que la economía familiar ubicada en el medio rural ha desempeñado un rol importante en los procesos de industrialización difusa de Italia del Norte, allí podemos encontrar cierto paralelismo con los procesos que se dan en ciertas regiones de los Andes como el que abordamos en este estudio (el cantón de Pelileo en particular, pero en el contexto de una provincia con características especiales como Tungurahua). Bagnasco, por ejemplo, señala explícitamente que “la familia entonces, en el campo económico puede ser la base de formas de pequeñas empresas exitosas: es el caso de las regiones de los distritos in-

5 En el caso ecuatoriano, la importancia de las empresas familiares artesanas para el desarrollo local y nacional fue señalada ya en la década de los años 1980 por Meier (1985) y otros.

dustriales en Italia central y en el nordeste...” (2003: 102), un proceso poco estudiado, puesto que a partir de la familia seguramente se ha construido una red que abarca espacios y territorios mucho más amplios. Este es uno de los elementos señalados también por Couralt para el caso italiano: “la pertenencia de los trabajadores a familias extensas y a comunidades de pueblos, como es el caso de regiones de Italia, las personas están soldadas” (2000: 3). Capecchi, refiriéndose a la Emilia Romagna, indica que fueron las familias de pequeños propietarios las que iniciaron actividades no-agrícolas en las cuales la mujer desempeñaba un papel económico central (1990). Como ya hemos sugerido en nuestro estudio, la familia es sin duda el eje sobre el que se construye toda una dinámica económica en el territorio.

Uno de los aspectos más interesantes de la dinámica productiva de Tungurahua es que predomina la pequeña producción diversificada, en otras palabras, la multiocupación es el eje central de la economía regional. Ahora bien, cuando se habla de pequeña producción, se piensa a menudo en las PYMES, en tanto modelo de empresa que incluiría a pequeños y medianos productores. Creemos que también en este caso se ha abusado de este término para explicar una dinámica económica que no calza en este modelo genérico, inventado por la tecno-burocracia internacional y que busca asimilar un modelo de empresa capitalista a situaciones en donde existen otros parámetros históricos y socio-culturales que no corresponden completamente a la lógica de la acumulación ni a aquella que proviene de la contradicción capital-trabajo.

La empresa familiar en nuestra región de estudio sólo forzosamente se puede considerar como una empresa de tipo capitalista. En realidad, se trata de unidades productivas por cuenta propia (CP) que, en la gran mayoría de los casos, tienen un taller en su propio hogar y que utilizan preferentemente mano de obra familiar. No existe la figura del empresario, en tanto no contrata trabajo asalariado y no invierte capital con el objetivo de acumulación en base al trabajo de otros. Técnica y administrativamente, a menudo no maneja ninguna contabilidad que le permita a fin de mes hacer un cálculo preciso de la depreciación de la maquinaria, los gastos en mano de obra, en materia prima e infraestructura productiva. Pero en cambio, estos productores desarrollan iniciativas económicas que son si-

milares a las que implementaría un empresario capitalista, tanto en la esfera productiva como en la del mercado. La familia, concluye Schultz “en su conducta económica es una entidad robusta y flexible” (1992: 201).

Así por ejemplo, buscan crédito para mejorar su maquinaria, para conseguir a plazos la materia prima y abaratar el costo de la mano de obra, y por otro lado, se mueven como el pez en el agua en el mundo del mercado, buscando “plancton” de qué alimentarse en varios lugares del país. La figura misma del empresario tiene dos cabezas sino tres: el padre, la madre y en ocasiones el hijo(a) mayor. Al mismo tiempo, ellos también son parte del equipo de trabajo, es decir que son empresarios-trabajadores, que pueden incluso llegar a auto-explotarse.⁶ Esta “hibridación económica” es la predominante entre los pequeños productores de jeans de Pelileo y diríamos, entre los productores rurales de la misma provincia. En este sentido, se podría utilizar la definición de Bagnasco que para el caso italiano señala que “tanto en el ámbito agrícola como en el artesanal, se trataba de una familia que ya era una unidad productiva, en la que se encontraba presente una articulada división del trabajo entre sus miembros, con líneas de autoridad y con una socialización diferenciada” (2000: 85).

Normalmente estas situaciones han sido definidas como “protoindustrialización” (Kriedte, Medick y Schlumbohm, 1986), en la medida en que tarde o temprano son absorbidas por la lógica del capital: o son destruidas por la competencia capitalista o en el mejor de los casos, progresivamente pasan a convertirse en empresas capitalistas una vez superado un cierto umbral de acumulación. Lo significativo en el caso de Tungurahua (y también de los casos mencionados arriba con referencia a Italia y otros países) es su permanencia y su recreación dentro de espacios territoriales con mercados dinámicos. Pero no se puede tampoco generalizar esta situación, porque también encontramos unidades productivas que ya pueden ser consideradas como pequeñas y medianas empresas, con su lógica productiva claramente empresarial que busca la acumulación de capital a través de la utilización del trabajo asalariado y del incremento de la productividad. Estas unidades no son la norma general pero actúan en el territorio como la “locomotora” de un tren muy diversificado y heterogéneo.

6 Toda una anomalía que no existe en los textos de micro-economía ni en los de economía política marxista.

Familia y actividad productiva en Pelileo

La mayoría de los talleres de producción de jeans, a comienzos de 1990 y también en el 2008, eran muy pequeñas “empresas familiares”. Según la encuesta de 217 talleres conducida a mediados de los años 1990 por INSOTEC, la mayoría empleaba de tres a seis personas, incluyendo al propietario, y el 70 por ciento disponía sólo de 1 a 5 máquinas. Nuestras entrevistas indicaron que los empleados a menudo eran parientes de los dueños: hijos con sus esposas, hermanos y hermanas. Algunas empresas, sin embargo, tenían una docena o más de trabajadores (contratados por la mayor parte a destajo, es decir, pagados por pieza entregada, ya sea en los locales de la empresa o en sus propias casas), y unas pocas eran pequeñas fábricas que empleaban hasta treinta o cuarenta trabajadores. En estas empresas más grandes se encontraba también a la familia, con hijos/as trabajando con sus padres y eventualmente estableciéndose como productores independientes.

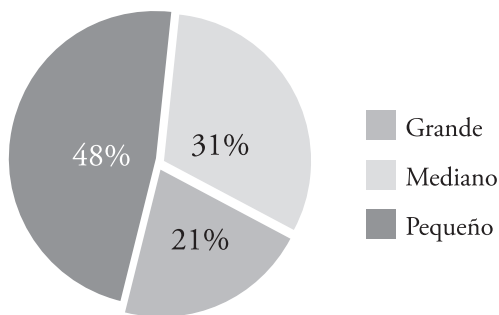
El crecimiento del tamaño de los talleres paró en cierto momento. Como ya señalamos, el tamaño promedio de los talleres urbanos empezó a reducirse desde, por lo menos el 2007. Por ejemplo, uno de los productores más grandes de la zona estableció un taller nuevo en el campo, disminuyendo en la mitad la fuerza laboral que tenía en El Tambo, una zona urbanizada junto a la cabecera cantonal. De manera similar, una confeccionista de ropa de niño en Huambaló, una parroquia de Pelileo, mantuvo solo las operaciones de corte, control de calidad y terminado en su taller, contratando a trabajadoras a domicilio en zonas rurales que ella describía como muy lejanas (Entrevistas en El Tambo y Huambaló, marzo 2008).

Los productores entrevistados en 2005-2006 para este estudio, desde el punto de vista estadístico, no forman una muestra representativa de todos los productores de jeans en el territorio del cantón Pelileo. No obstante, en combinación con los datos recogidos para nuestros estudios previos (Martínez, 1994; North, 2008), estas entrevistas sí nos ofrecen suficiente información para identificar ciertas características y tendencias generales del sector de jeans, especialmente con referencia a su organización en empresas familiares. Indican la variedad de productores que se pueden

encontrar y las estrategias desplegadas para posicionarse en un campo socio-económico altamente competitivo (la confección de jeans). Campo que por otro lado, debe ser considerado en una dimensión cada vez más amplia y que abarca en este momento no sólo el mercado local sino el nacional e incluso se desborda hacia el internacional.

Gráfico No. 1

Tipos de productores de jeans



Fuente: Entrevistas a productores, 2005-2006.

Los 29 productores entrevistados son, por la mayor parte, pequeños productores (48 por ciento) (Gráfico 1) y, entre ellos, 7 (16.7 por ciento) mujeres son jefas de empresas.⁷ Pertenecen a grupos familiares pequeños, la gran mayoría (62.1 por ciento) tiene entre 1 y 2 hijos. Hacia 1991, las familias de El Tambo entrevistadas por Martínez (1994), tenían idénticas características: predominio de familias pequeñas entre 1 y 3 hijos (56.1 por ciento), no obstante, las familias entre 4 y 6 hijos tenían más importancia en ese entonces (29.3 por ciento) que en la actualidad. Es probable que en los últimos 15 años, muchas familias se fraccionaran y los hijos pasaron a conformar nuevas unidades productivas. Una de las estrategias de estos productores es el rápido fraccionamiento de las unidades familiares, pues actualmente no se encuentran familias ampliadas y numerosas.

7 Según la encuesta de 217 talleres conducida por INSOTEC, el 22.5% de los dueños eran mujeres (Dávalos, 1996: 14, 17).

Esta tendencia tiene mucho que ver con lo que Bourdieu señala como la “racionalización de la economía doméstica y de la conducta económica en general” (2006: 88), lo que significa además un nivel de adaptación a la dinámica económica local y regional de corte capitalista. Los hijos una vez casados empiezan a replicar el trabajo familiar de la confección y como ellos dicen: “a abrirse campo en el mercado”. Por supuesto que esta estrategia implica un previo proceso de aprendizaje que se da en el contexto de la empresa familiar desde muy pequeños. Los datos indican que incluso los niños ayudan en diversas tareas de confección en el hogar, sobre todo aquellas unidades productivas que no disponen de recursos para contratar mano de obra asalariada.

Cuadro No. 3 Trabajo familiar por parentesco						
Parentesco	Hombre		Mujer		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Jefe	22	59.5	7	16.7	29	36.7
Esposa (o)	5	13.5	22	52.4	27	34.2
Hijo (a)	9	24.3	13	31.0	22	27.8
Yerno o nuera	1	2.7			1	1.3
Total	37	100	42	100	79	100

Fuente: Entrevistas a 29 confeccionistas (y miembros de sus familias), Pelileo, 2005-2006.

Son pocos los ancianos que laboran en estos talleres, más bien predominan los productores ubicados en los grupos de edad entre 20 y 39 años (59.5 por ciento del total), productores jóvenes pero que, en su gran mayoría, ya tienen suficiente experiencia en la fabricación de jeans.⁸ Disponer de un equipo productivo familiar es la condición *sine qua non* de estas unidades productivas, conformado por el jefe de familia, la esposa y los hijos. Al no existir familias ampliadas o extensas, el aporte de los

8 Esta tendencia también estaba presente en la investigación realizada por Martínez (1994) en El Tambo, en 1991, pues el 56.5 % de los productores pertenecían al grupo de edad entre 20 y 39 años.

miembros de la familia nuclear es indispensable. En este caso, existe un aporte equilibrado entre los miembros familiares y confirma que existen pocos hijos casados en este equipo familiar. No obstante, como lo analizaremos más adelante, la mano de obra familiar es insuficiente y la gran mayoría de las familias deben acudir a la mano de obra extra-familiar.

La continuidad de la producción familiar por parte de las nuevas generaciones de productores es un aspecto importante, e implica: generación de empleo y conocimientos técnicos en el territorio, bajo índice migratorio, trabajo para los jóvenes, valorización de una tradición productiva local y acumulación de “capital cultural” relevante para el desarrollo local. Esta situación contrasta notablemente con las cada vez mayores dificultades que experimentan los productores campesinos indígenas para retener la mano de obra de los jóvenes en la actividad agrícola y en el territorio⁹. La familia, en este sentido cumple a cabalidad tanto con las funciones de “protección” como de “inserción” de sus miembros, al generar internamente fuentes de trabajo y perspectivas de empleo para sus miembros, especialmente para los hijos (Déchaux, 1996). Esta función por si sola muestra la importancia de la familia y las redes familiares en un contexto en donde seguramente todavía existen prácticas de solidaridad que ablandan las “aristas” de las duras relaciones mercantiles.

La participación del “equipo” familiar en la actividad de la confección aparece como otro resultado importante en las entrevistas conducidas por Martínez en 1991: el mayor número de jefes de hogar participaban en la actividad de confección con sus parejas, pero también era central la incorporación de los hijos (as). Los hijos tenían un perfil más diversificado de participación, a excepción de la agricultura en la cual no participaban. Las mujeres, en cambio, como lo señalamos más arriba, participaban mucho más en el comercio que los otros miembros de la familia, mientras en el rubro “otras actividades” participaban mucho más los hijos (as). Se puede, entonces plantear que existía una división del trabajo al interior de las familias: los padres e hijos estaban más centrados en la actividad de confección, mientras que las mujeres tenían además una participación más variada en el comercio y en la agricultura (cuando disponían de tierra).

9 Estas dificultades han sido analizadas también en el caso francés, en donde, los jóvenes no tenían mayor interés en continuar con el “métier” de sus antecesores (Champagne, 2002).

La siguiente opinión de un productor entrevistado en 2006 en el Tambo, muestra que la familia puede ser también una palanca para saltar a otra escala en la producción:

mis hermanos y yo estamos pensando en asociarnos para hacer una sola empresa que tenga todo. He oído que hay gente en Pelileo que se está asociando para exportar a otros países, pero yo prefiero asociarme con mi familia, tenemos algunos proyectos y espero que esto se llegue a concretar este año.

Sin duda se trata de una estrategia de crecimiento en base a redes familiares, para pasar de una empresa estrictamente familiar a otra de mayor tamaño que disponga dentro de esta especie de “holding familiar” de las condiciones técnicas y financieras necesarias para un cambio en la escala de la producción, incluyendo la posibilidad de exportar el jeans.

Otro de los aspectos importantes es el relativamente alto nivel de instrucción que disponen estos equipos productivos familiares. No hay analfabetos entre estos productores, en cambio, tienen un importante nivel de educación secundaria e incluso superior. Los cambios con respecto a la educación desde inicios de los años 1990, parecen notables, especialmente con la ampliación de la educación secundaria. Así, en 1991, el 36.5 por ciento de la población entrevistada tenía nivel secundario (en comparación con 57 por ciento en 2005-2006), mientras el 45 por ciento tenía sólo nivel primario (en comparación con 27.8 por ciento en 2006) (ver cuadro 4). Llama la atención el mayor nivel superior que alcanzan las mujeres, que duplican el porcentaje de los hombres en 2005-2006, situación que también se producía hacia 1991. Una de las explicaciones posibles puede ser que los hombres se incorporan más rápido que las mujeres en las actividades productivas. Pero el impacto de disponer mujeres con un capital humano más elevado puede ser importante para las unidades productivas, o para la formación de nuevas unidades productivas que se independizan del tronco familiar.

Cuadro No. 4 Nivel de instrucción por sexo						
Nivel de instrucción	Hombre		Mujer		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Primaria	10	27.0	12	28.6	22	27.8
Secundaria	23	62.2	22	52.4	45	57
Post secundaria	1	2.7	2	4.8	3	3.8
Superior	3	8.1	5	14.3	9	11.4
Total	37	100	42	100	79	100

Fuente: Entrevistas a 29 confeccionistas (y miembros de sus familias), 2005-2006.

El rol que desempeñan las mujeres en las unidades productivas es también otro elemento central en las estrategias productivas. Si bien la jefatura del hogar está principalmente en manos de los hombres, esto no sucede con las unidades productivas, pues son las mujeres las que con frecuencia se encuentran al frente del “negocio”, no sólo en la esfera productiva sino también en la comercialización. Son ellas las que conocen “los detalles” de la empresa familiar, los arreglos con los comerciantes y en general la marcha global de esta actividad. En las entrevistas además, detectamos el rol de “contadoras” de la actividad familiar: “mi esposa se encarga de las cuentas que tengo que pagar y de lo que he vendido en la semana” (Entrevista en El Tambo, diciembre 2005); “mi mujer lleva todo lo que hay que cobrar y lo que hay que pagar, eso a diario” (Entrevista en El Tambo, enero 2006). De hecho, la mayoría de las entrevistas se han realizado gracias a la información proporcionada por las mujeres. Los esposos, prefieren que ellas sean entrevistadas, pues como lo indican, saben con más exactitud sobre la marcha del negocio.¹⁰

10 Cerca de la mitad de los empleados a comienzos de 1990 eran mujeres (García, Eugenio y Navarrete, 1993), una presencia femenina en la producción que se encuentra también en otras ramas de la artesanía y otras partes del Ecuador. Según la encuesta de 217 firmas productoras de jeans conducida por INSOTEC, el 22,5 por ciento de los dueños eran mujeres (Dávalos, 1996). En 1990, Martínez descubrió que 51 por ciento de las 455 empresarias artesanas encuestadas

Esta breve caracterización de los confeccionistas, no obstante, no debe hacernos olvidar que no todas las familias son iguales y que lo que caracteriza a los productores de jeans de Pelileo es ante todo su diversidad. Como ya señalamos, hay productores pequeños, medianos, y grandes (ver gráfico 1). Los primeros, normalmente utilizan sólo mano de obra familiar, se encuentran al principio del ciclo vital y su producción no es muy alta; los segundos ya contratan mano de obra asalariada aunque en poca cantidad y en forma intermitente, su producción es mayor y ya tienen hijos que participan en la actividad productiva y los terceros, ya tienen claramente un perfil empresarial: utilizan trabajo asalariado, han incorporado maquinaria moderna, su nivel de producción es más elevado, aunque no han abandonado la participación familiar en la actividad productiva.

Las estrategias comunes en el campo económico

En esta parte del análisis se quiere mostrar que si bien existen varios tipos de productores, no obstante tienen algunas estrategias comunes, especialmente en lo que se refiere a la actividad económica. Utilizamos el concepto de estrategia como un conjunto de decisiones tomadas por el equipo familiar en el contexto de un determinado “campo social”, utilizando para ello los conocimientos y experiencias acumulados, las interrelaciones sociales y la dotación de “capitales” con la finalidad de incrementarlos (Bourdieu, 1994). Analizamos solamente aquellas estrategias vinculadas a la esfera económica, no porque sean las únicas sino porque las consideramos claves para la inserción de las unidades productivas en un campo social extendido, no sólo a la localidad sino aún fuera de ella. Se trata, como lo señala Bourdieu, “de estrategias adaptadas y renovadas sin cesar, pero dentro de los límites de las imposiciones estructurales de las que son producto y que los definen” (1999: 183). El sujeto de estas estrategias es indudablemente la familia y no los sujetos individuales con su racionalidad propia, se trata, por supuesto de un “sujeto colectivo” que debe inver-

para su estudio sobre actividades rurales no-agrícolas en Tungurahua eran mujeres, y la proporción de mujeres creció a 56.2 por ciento entre los propietarios de empresas pequeñas (Martínez, 2000: 56).

tir mucho trabajo para que predominen las “fuerzas de fusión” sobre las de fisión o ruptura (Bourdieu, 1994: 11).

- La multiocupación

La mayoría de productores (59 por ciento) entrevistados en El Tambo y Pelileo en 2005-2006 no dispone de tierra para implementar actividades agropecuarias en pequeña escala, mientras un 41 por ciento sí dispone todavía de este recurso. Se trata de minifundios utilizados sobre todo para el autoconsumo familiar, aunque en determinadas coyunturas, pueden desempeñar la función de “colchón amortiguador” de momentos de crisis de la economía familiar. La diferencia (en educación y dotes técnicas), entre los que tienen tierra y los que no tienen, no es muy grande a pesar de que la mayoría de unidades entrevistadas se ubican en un barrio “periurbano” cercano a la ciudad de Pelileo. En otras palabras, todavía se valoriza mucho a las pequeñas parcelas donde se puede cultivar productos para el mercado o criar pequeña ganadería. En la medida en que la mayoría de las unidades investigadas se encuentran en un barrio periurbano (El Tambo), los productores ya no disponen de mucha tierra, dado que hay presión sobre este recurso para la construcción de viviendas o locales comerciales, lo cual ha generado un proceso de especulación sobre el precio de la tierra.¹¹

Sin embargo, la alternativa agropecuaria es importante todavía en el medio rural más disperso, donde también se ha implantado sólidamente la producción de jeans (Huambaló, Huambalito, Bolívar, etc.). Así por ejemplo, un productor de Huambalito, señala concretamente:

Si tengo acá, atrás de mi casa unos terrenitos pero le dedico muy poco tiempo, a veces cuando hay que sembrar o cuando está de cosecha yo mismo me encargo, claro con los peones. Pero de allí, lo que es de aporcar, deshierbar, fumigar, lo hacen los peones. Es que el trabajo de la confección no da mucho tiempo para dedicarse a otras actividades. (Entrevista en Huambalito, febrero 2006).

11 De acuerdo a los datos de campo, por una cuadra de terreno (0.72 de has) en El Tambo, se llegaría a pagar unos 25.000 dólares.

Interesante relato que muestra claramente que la confección es la actividad principal, pero que la agricultura no está dejada de lado, pues incluso contrata mano de obra para cumplir con las actividades básicas. Otra opinión confirma esta tendencia:

Sí tengo algunos terrenitos. Cuando está malo en la confección me dedico a la agricultura. Actualmente, también la agricultura está baja, los cerdos y el ganado están baratos, pero siquiera sale para comer. He analizado lo que saco más, si del jeans o de la agricultura y he visto que más me da el jeans (Entrevista en Pelileo, enero 2006).

En este último caso, claramente la agricultura es una opción alternativa a la confección, pero el productor está consciente que es una actividad que, en las condiciones actuales, no es rentable mientras que la confección sí lo es.

No sólo el acceso a la tierra es una opción que tienen estos productores sino también la participación activa en el ámbito de la comercialización, aprovechando la ubicación del barrio El Tambo por el que atraviesa la carretera que conduce a la turística ciudad de Baños. Así que tener una “boutique” en esa parte de la vía se ha tornado una opción muy rentable. Algunos almacenes ahora venden ropa de cualquier procedencia (china, colombiana, peruana, panameña y nacional), otros venden también ropa elaborada en Pelileo. Lo cierto, es que los medianos y grandes productores tienen su boutique en ese lugar y de esta manera han diversificado las opciones de obtener ingresos. Pero también hay espacio para los productores pequeños que se convierten en comerciantes o para pequeños comerciantes a través de puestos no estables, especialmente los días de feria (sábado). En definitiva, las opciones de la multiocupación: agricultura y ganadería en pequeña escala, producción de jeans y comercio, aparecen como las más utilizadas por productores pequeños y medianos.

- Una mano de obra flexible

La mano de obra utilizada por los productores de jeans es diversificada: utilización de mano de obra familiar, asalariados temporales y trabajo a

domicilio. De las unidades productivas investigadas, sólo el 25 por ciento combinaba mano de obra familiar y trabajo asalariado, el resto utiliza principalmente trabajadores al interior de sus unidades productivas y fuera de ellas. Ninguna unidad productiva utilizaba exclusivamente mano de obra familiar. A pesar de que estos datos pueden interpretarse como un avanzado grado de proletarización, no obstante el trabajo asalariado tiene características diferentes de acuerdo a modalidades locales o regionales de pago de la mano de obra. Así por ejemplo, es muy importante el “trabajo a domicilio”. El 72 por ciento de las unidades investigadas en 2005-2006 lo utilizaban, facilitando así que trabajadores rurales o urbanos puedan vincularse con unidades productivas sin trabajar directamente en ellas y recibir un pago a destajo. Esta puede ser la explicación clave de la viabilidad económica de los talleres de Pelileo: el trabajo a domicilio facilita con frecuencia una auto-explotación de unidades familiares que termina beneficiando a las unidades productivas con las cuales se articula. Existen también asalariados temporales que son reclutados sólo por un tiempo, así como permanentes que trabajan todo el año en las unidades productivas más grandes. La característica común de estos trabajadores es que sus salarios no llegan en la generalidad de los casos al salario mínimo vital¹², y tienen las características de un trabajo precario: sin seguridad social, sin organización sindical y sin contratos de trabajo.

En la encuesta realizada en El Tambo en 1991, se encontró que había muy pocos asalariados permanentes y temporales, lo que indicaría el nivel todavía embrionario de creación de empresas capitalistas que contratan principalmente mano de obra asalariada. En cambio, las categorías predominantes eran los trabajadores por cuenta propia (37 por ciento), los trabajadores a domicilio (21 por ciento) y sobre todo los trabajadores familiares no remunerados (33 por ciento). Estos datos muestran claramente la importancia del equipo familiar y del aporte del trabajo familiar no remunerado durante una etapa temprana en el desarrollo del sector de confecciones. Es en este sentido que hablamos de empresas familiares que no pueden ser catalogadas como PYMES pues se encuentran todavía en un nivel en donde se mezcla el espacio productivo y el espacio familiar.

12 El salario mínimo vital, llegaba a US \$ 150 en el 2006.

La importancia del trabajo a domicilio, resalta tanto en 1991 como en el trabajo de campo realizado entre 2005-2006, lo que implica la articulación con otras unidades domésticas ubicadas preferentemente en el medio rural. El trabajo a domicilio, entonces, permite la creación de una red que vincula nuevas actividades en el medio rural y por lo mismo la posibilidad de generación de empleo rural no-agrícola (ERNA). Desde otra perspectiva, el trabajo a domicilio facilita también el abaratamiento de los costos de producción en las unidades productivas familiares que no podrían contratar en las actuales condiciones mano de obra asalariada. (Al mismo tiempo, familias rurales pueden acceder a ingresos monetarios trabajando en la confección en sus propias casas). Este proceso de “descentralización” hacia el campo, significaba también una reducción de los talleres o pequeñas empresas.

De esta forma, las unidades familiares tenían dos fuentes de mano de obra que no pasaban necesariamente por el mercado de trabajo: la mano de obra familiar no remunerada y los trabajadores a domicilio. Allí radicaría, como ya señalamos, el secreto de la competitividad de los jeans de Pelileo y de las posibilidades de continuar con la producción a pesar de todos los avatares macro-económicos, crisis financieras, y falta de políticas públicas.

Una de las explicaciones de los bajos precios de la mano de obra se debe a que existe una importante oferta proveniente de áreas rurales dispersas o de otras zonas rurales de cantones vecinos.¹³ Los trabajadores aceptan las condiciones impuestas por los productores frente al riesgo de quedar desocupados. El salario predominante en 2005-2006, que oscilaba entre 120 a 150 dólares mensuales de todas maneras es fijo y frente al costo de vida más bajo de una ciudad pequeña como Pelileo, seguramente les permite satisfacer sus necesidades básicas. En cambio la situación de los trabajadores a destajo o trabajadores a domicilio es diferente, pues con mucha frecuencia no son remunerados inmediatamente después de haber

13 La oferta de mano de obra se incrementó justamente en los años de crisis (1999-2000). Según una entrevistada: “existe bastante oferta de trabajadores, se les paga hasta mil sucres (de 1999) por prenda, pero no se les puede dar trabajo” (Pelileo, marzo 1999). Según otro productor, “la mano de obra viene de varios lugares del país: Puyo, Cevallos, Píllaro, Ambato” (Entrevista, Pelileo, marzo 1997).

entregado la mercancía, sino cuando el productor dispone de efectivo, lo que puede tomar una o varias semanas, en las cuales estas familias deben buscar alternativas para cubrir este déficit económico. El trabajo a domicilio, sin embargo, permite la incorporación del trabajo de la mujer en su propia casa o en su propia parcela, situación que sería inviable con el trabajo asalariado en talleres empresariales capitalistas.

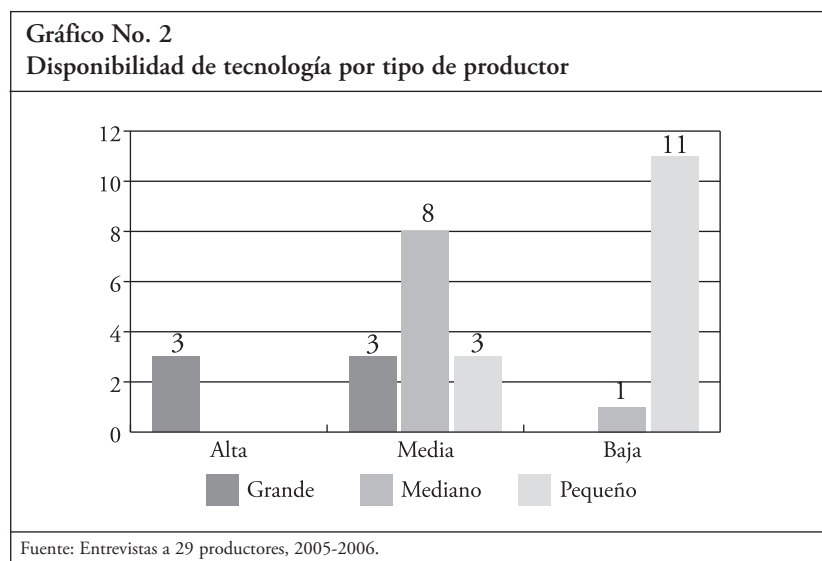
- Un nivel importante de innovación tecnológica

Uno de los elementos centrales de las estrategias de estas familias es, en el momento actual la incorporación de tecnología moderna al proceso productivo. En el actual nivel de tecnología utilizada en la elaboración de jeans, este pasa necesariamente por disponer de máquinas de coser que cubran las diversas fases de la confección: máquinas rectas, overlock, cortadora, tracadora, pretinadora, hojaladora, bordadora, y planchadora. La incorporación de más máquinas no significa necesariamente ahorro de mano de obra, pues se trata de instrumentos de trabajo manejados por personas con destrezas para ello. La incorporación de tecnología más bien tiene relación con la necesidad de fabricar un producto con buenos acabados, con tela de mejor calidad y que sea competitivo en el mercado y, por supuesto, en un incremento de la productividad del trabajo. Como lo señala un productor: “la maquinaria que dispongo es la mitad nueva, la mitad usada, pero siempre estoy tratando de adquirir nueva maquinaria porque eso es muy necesario para producir una prenda de calidad” (Entrevista en El Tambo, enero 2006). Otro productor explica: “para lo que comenzamos esa era una maquinaria vieja, pero hemos renovado totalmente, esta es una maquinaria totalmente nueva. Es que la competencia obliga, toca tener toda la maquinaria. Aquí disponemos de toda la maquinaria y el equipo para producir un jeans de calidad” (Entrevista en Quitocucho, Pelileo, febrero 2006). Es importante sobre todo disponer de la tecnología para dar los terminados o acabados al jeans, la cual no está al alcance de todos los productores.

Sin embargo, los que disponen de esta tecnología ofrecen servicios a aquellos que no lo tienen. Un productor pequeño indica: “no tengo todas las máquinas, me falta la tracadora, pero hay personas que dan servicios

de tracada, empretinada y complementamos la prenda con este servicio” (Entrevista en El Tambo, enero 2006). Otra productora también pequeña, señala: “yo tengo pocas máquinas, lo más son rectas y una cerradora. Si necesito las demás máquinas, aquí hay personas que prestan esos servicios como el tracado o el empretinado, ojales, etc. Sino yo misma hago que el obrero haga ese trabajo en las máquinas que tengo” (Entrevista en El Tambo, febrero 2006). Esto indicaría que en Pelileo existen también empresas que brindan servicios a los productores que no disponen de toda la maquinaria necesaria para el terminado de la prenda.

El siguiente gráfico muestra que el nivel de tecnología está distribuido desigualmente entre los productores analizados.



Si bien todos los productores han buscado incorporar tecnología más avanzada, sólo los grandes lo han logrado, mientras que los medianos mantienen una tecnología que incorpora maquinaria nueva y usada, en cambio los pequeños disponen por lo general de una tecnología más atrasada, aunque están muy conscientes de la necesidad de disponer de máquinas nuevas si quieren competir en el mercado.

Es interesante señalar que la circulación de información sobre tecnología y modelos tiene canales bien definidos. Para la tecnología, desempeñan un papel muy importante las casas comerciales de la ciudad de Ambato, con sus agentes vendedores que circulan permanentemente entre los confeccionistas de Pelileo, pero también los productores se informan en almacenes de otras ciudades, especialmente en Quito y Guayaquil y por último hay circulación de información entre los mismos productores, tal como lo menciona uno de los productores.

Los mismos vecinos o compañeros de las ferias conversan sobre las técnicas que están aplicando en otros talleres y dicen que hay que hacer así, en tal parte dizque están haciendo así. Por ejemplo, en lo que es ahorro de tela en el corte, algunos dicen: dizque hay que doblar la tela de esta forma y hay que trazar así para no desperdiciar tela, entonces a uno también le toca aplicar lo que se ve o lo que se oye para ver qué resultados da. (Entrevista en El Tambo, junio 2006).

En cambio en los modelos de las prendas, tienen mucha importancia la circulación de información de redes familiares, o de amigos, pero también de información obtenida en revistas, ferias, y boutiques de ciudades como Quito y Guayaquil.

Generalmente a mi me mandan los modelos de fuera, yo tengo algunos familiares en Estados Unidos y en España y cuando me llaman, yo les pido que me manden modelos que están allí de moda. Cuando pueden me manda la prenda, sino me mandan alguna revista o catálogo de moda. Viendo allí yo le hago algunos cambios y saco los modelos. (Entrevista en El Tambo, junio 2006).

Los pelileños son especialistas en replicar modelos de cualquier lugar, basta con disponer una prenda, ellos pueden fácilmente sacar el modelo en forma rápida y ponerlo al mercado. Seguramente los modelos nuevos también son copiados rápidamente por el resto de productores de tal manera que en poco tiempo, todos venden modelos similares hasta que nuevamente surjan nuevos modelos de acuerdo a la moda predominante.

- Especificidad del mercado

Con frecuencia se ha atribuido al mercado, todos los efectos nefastos que incidirían en el deterioro de los productores rurales. Sin embargo, cuando se observa detenidamente las prácticas productivas de esos productores, lo menos que se puede afirmar es que el mercado es una realidad ajena a su misma vida cotidiana. Salvo algunos islotes marginados del espacio productivo nacional, los productores rurales están completamente inmersos en el campo social que conforma la actividad económica y especialmente en el mercado, sea este entendido como el mismo espacio físico al que los productores acuden a vender sus productos o como el sistema de relaciones establecido a nivel micro-mezo o macro con otros sujetos a quienes ni siquiera conoce, pero gracias a la “magia del mercado” entablan relaciones gracias a la otra magia “de la mercancía”, es decir cuando sus productos se convierten en mercancías de valor de cambio en un determinado espacio económico.

No obstante, como ya lo hemos analizado, se trata de un mercado específico, “socialmente construido” que está muy lejos de ser tipificado como racional, impersonal y ajustado únicamente a las leyes de la oferta y la demanda. En realidad, es un mercado muy heterogéneo, en donde participan unidades de producción altamente diversificadas. Estas unidades cuando acuden al mercado, buscan como es lógico, obtener beneficios, un margen de ganancias, pero en un contexto social en el que se enfrentan con otras unidades productivas similares o diferentes. Pero las transacciones se realizan entre personas con una visión del mundo y unas prácticas sociales y culturales específicas. Mientras el mercado se circunscribe a un nivel micro, las personas incluso son conocidas (parientes, amigos) y pueden reconocerse como tales en las mismas operaciones de mercado, pero cuando se trata de un mercado a nivel mezo o macro, estas posibilidades disminuyen, aumenta el riesgo, pues el mercado se torna más impersonal e incluso agresivo. Existen razones suficientes para que en estos espacios, los productores busquen agruparse, en otras palabras, utilizar el capital social para operaciones de mercado.

La especificidad del mercado, la modalidad de construcción social del mismo es uno de los aspectos rescatados por la sociología económica para

rechazar la visión ahistórica de un mercado funcionando con actores racionales que elaboran estrategias individuales tendientes a obtener el mayor provecho bajo las leyes impersonales de la oferta y la demanda. En el caso de Pelileo, constatamos que al contrario, la esfera de la comercialización es la arena propicia para el desarrollo de redes de cooperación que no se observan en la esfera de la producción en donde predominan las decisiones familiares cerradas. Como lo analizaremos más adelante, el capital social es más viable en el mercado, donde el espacio social es mucho más amplio y complicado que en la producción donde compiten a su “modo” las unidades familiares.

La gran mayoría de productores vende directamente el producto (75 por ciento) y sólo un 25 por ciento lo hace con mayoristas que vienen a comprar las prendas directamente en Pelileo, entre estos últimos, se encuentran los productores más grandes. La venta se realiza en varios mercados importantes: Ambato, Quito, Guayaquil, Santo Domingo, Lago Agrio, Puyo, a donde acuden semanalmente a vender la producción. Pero además, algunos productores medianos y grandes tienen ocasionalmente contratos de trabajo con empresas públicas y privadas, lo que significa que existen estrategias diversificadas de venta del jeans.¹⁴ Es altamente probable que algunos grandes productores se encuentren vinculados a una estrategia tipo maquila con empresas de grandes ciudades como Quito y Guayaquil.¹⁵

La búsqueda constante de mercados es una estrategia que como lo señalaremos más adelante, permite cierto nivel de organización de los productores. En este sentido la apertura del mercado de Guayaquil y posiblemente el de Manta, analizado más adelante con referencia a la formación de capital social, es un logro de los pequeños y medianos productores antes que de los grandes. Otra estrategia importante es la búsqueda de nichos de mercado, como por ejemplo la producción de ropa tipo jeans para niños que les permite incluso insertarse en mercados más competitivos como es el caso reciente de Cuenca.

14 Existe también la vinculación directa de productores medianos con mercados mayoristas ubicados en Quito y Ambato. En este caso, la venta directa al productor o la venta en boutiques no tiene mayor importancia.

15 Así por ejemplo, una unidad productiva trabajó hace poco con una empresa de Quito para la producción de jeans marca “Caterpillar”.

Existe en desarrollo una estrategia de búsqueda de mercados internacionales vía España, liderada por algunos grandes productores, pero que utilizan de preferencia canales informales (a través de las redes de migración) antes que los formales (exportación de ropa).

- El crédito y la economía de confianza

La presencia de la confianza en las transacciones económicas ya ha sido analizada en las dinámicas sociales de la economía informal. Así, Portes señala que “la primera paradoja de la economía informal es, que mientras más se acerca ésta al modelo del verdadero mercado, más dependiente se hace de los lazos sociales para poder funcionar de manera efectiva” (1995: 190). La confianza permitiría la realización de acuerdos flexibles en la esfera productiva y en la comercialización, dando forma a verdaderas cadenas sociales que esquivan las constricciones del mercado. Esta confianza en el establecimiento de acuerdos tiene como base el “poder sancionador” de la comunidad en tanto garantía contra posibles violaciones.

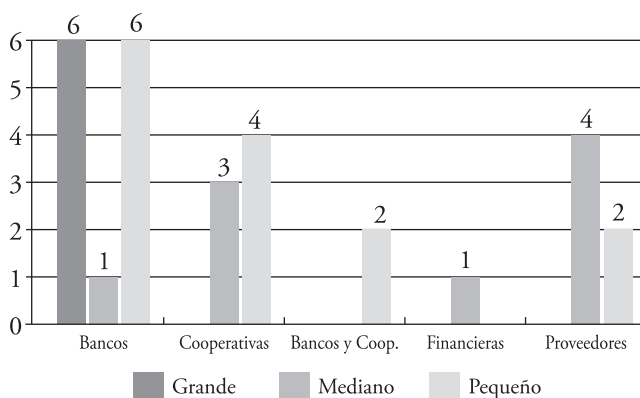
A continuación se analiza cuál es la ruta del establecimiento de estas relaciones de confianza en el caso concreto de productores aparentemente individualistas en el caso de Pelileo, que no pueden ser considerados como “informales” pero que utilizan con mucha flexibilidad las oportunidades que encuentran en diversos momentos de la cadena productiva.

La viabilidad de esta producción de jeans depende de la disponibilidad de crédito, ya sea de tipo informal como formal. Todas las unidades productivas investigadas en 2005-2006 tuvieron de una u otra forma acceso. Así, el 79.3 por ciento tuvo acceso al crédito formal (bancos, cooperativas) y el 20.7 por ciento restante, respondió que recibe crédito de los proveedores, esto es de los comerciantes de tela en Pelileo o de las casas distribuidoras de máquinas ubicadas en Ambato. Ahora bien, sorprende encontrar que el crédito lo obtienen en forma bastante equilibrada entre bancos y cooperativas¹⁶. El 75 por ciento de los créditos se obtuvieron para comprar materia prima, especialmente tela de jeans, y sólo el 15 por ciento para la compra de maquinaria, destinada a mejorar la productividad de las empresas.¹⁷

16 Las cooperativas más importantes son OSCUS, El Sagrario Ltda., y Mushuch Runa.

Pero existen otras formas de obtener crédito informal, acudiendo directamente a los comerciantes quienes les conceden la tela jeans con condiciones de pago a tres y hasta seis meses con un interés más bajo que el comercial. En Pelileo, esta era, por ejemplo la acción desarrollada por INSOTEC, pero sin embargo, tuvo que cerrar sus servicios para los confeccionistas en el 2004, argumentando que sus operaciones no tenían mayor rentabilidad.¹⁸ Aunque en esa ciudad se han instalado varios distribuidores de tela elaborada en diferentes países (Colombia, Perú, Chile, etc.), estas también han experimentado dificultades durante los últimos años.¹⁹

Gráfico No. 3
Tipo de productor por acceso al crédito



Fuente: Entrevista a 29 productores, 2005-2006.

17 Según la opinión de uno de los productores hay una abundante “oferta de crédito” desde hace 2 años, por parte de bancos (especialmente el Banco Solidario) y cooperativas, no sólo a través de la publicidad sino puerta a puerta (Entrevista en El Tambo, 23 de febrero, 2006).

18 Según una entrevistada en Pelileo, la competencia en torno a la venta de tela fue lo que liquidó a INSOTEC. Especialmente a través de la acción de un fuerte intermediario que vende tela colombiana a bajo precio y a créditos a largo plazo y controla el 90 por ciento del mercado de la tela (Entrevista en Pelileo, febrero 2006).

19 Uno de ellos, con 15 años de negocio en Pelileo, quebró en 2007 “porque la gente no le pagaba”, según una confeccionista local exitosa.

Se puede claramente establecer una estrategia diferenciada en relación al crédito: los productores grandes trabajan con los bancos, mientras los medianos y pequeños tienen un acceso mucho más diversificado: bancos, cooperativas, financieras y proveedores. A mediados de la primera década del nuevo siglo, se vio una ofensiva por colocar créditos por parte de los bancos que incluso movilizaron sus agentes hacia los lugares de comercialización o hacia los mismos hogares para captar clientes. Así por ejemplo, un productor grande que obtuvo un crédito del Banco del Pichincha, opinó: "...por aquí, en la casa mismo vienen a ofrecer el crédito, entonces ya verifican lo que se tiene y no me han puesto trabas" (Entrevista en El Tambo, abril 2006). "En Ambato en los puestos (del mercado mayorista) vienen generalmente la gente del Banco Solidario a ofrecer crédito y allí saqué hace poco un préstamo" (Entrevista en El Tambo, abril 2006).

El crédito de las cooperativas según la opinión de los entrevistados tiene más trabas, se requiere más papeles y los montos no son muy altos. "No nos dan mucho plazo para el pago y también nos piden muchos requisitos" (Entrevista en El Tambo, enero 2006). Uno de los requisitos más difíciles de encontrar al parecer son los garantes.

El acceso al crédito es un poco difícil por los garantes, porque aquí no quieren no más servir de garantes (Entrevista en El Tambo, febrero 2006).

Si es un dolor de cabeza porque piden cantidad de papeles, garantes y tanta cosa que a veces hacen despechar. Pero de todas maneras como se necesita he tenido que conseguir lo que piden, lo importante es no quedar mal (Entrevista en Huambaló, febrero 2006).

Eso sí que ya me estaba dando por vencida con el banco Solidario, porque no me aceptaban el garante. Creo que eso es lo más difícil, conseguir garantes, por aquí nadie quiere ser garante de nadie (Entrevista en El Tambo, mayo 2006).

Opiniones que confirman el grado de desconfianza que existe en la zona hacia estos productores que como lo mencionamos más adelante tienen una cierta fama de deudores, especialmente desde los últimos años de 1990 cuando las crisis económicas impactaron fuertemente en la industria de confección de jeans.

Esta puede ser la explicación por la que sobre todo entre los medianos y pequeños productores, se acude al crédito otorgado por los proveedores y que como lo analizamos a continuación se ajusta mejor a las condiciones de funcionamiento de la “cadena” productiva que va desde la compra de tela a crédito, la venta a crédito y la recuperación del dinero a plazos que no tienen mucho que ver con la lógica financiera de los bancos. El manejo del tiempo por parte de estos productores es diferente del impuesto por el capital financiero, mientras los productores manejan la categoría “tiempo” en plazos más flexibles que incluyen relaciones de confianza con sus clientes o proveedores, esta estrategia no siempre coincide con el concepto rígido del tiempo utilizado por los bancos y cooperativas. Los productores necesariamente tratan de hacer coincidir una lógica utilitaria-mercantil con una lógica de confianza en las transacciones comerciales (Weber, 2000).

En realidad, toda la estrategia económica de Pelileo radica en un sistema de pago a plazos o crédito. Si bien los productores arreglan tratos con los comerciantes para acceder a la tela y pagar a plazos, ellos a su vez tienen que ser flexibles con los compradores que vienen de fuera con quienes también arreglan acuerdos de pago con cheques post fechados de uno a tres meses. Hay de por medio una economía de “confianza” que se practica entre comerciante-productor-comprador y que está basada en prácticas comerciales y por supuesto en redes que superan el ámbito estrictamente local.²⁰ Seguramente, estas redes se han ido reconstruyendo lentamente, luego de la crisis bancaria y los impactos de la dolarización y la pérdida de poder adquisitivo anterior del sucre, donde la economía local sólo pudo funcionar limitadamente y “al contado”. Este proceso implica también la reconstitución de la confianza como elemento aglutinador de las relaciones siempre frágiles entre productores, comerciantes, prestatarios (formales o informales). En este sentido, por ejemplo, el rol que desempeña el “cheque posfechado” es central en esta economía de pequeños productores que no dispone de capital circulante en los momentos en los que realiza las transacciones. La confianza simbólicamente se traslada a la magia de un pedazo de papel que en el momento de la transacción no

20 Preferimos denominar a este tipo de relaciones como de confianza antes que de “complicidad”, en el sentido asignado por Capecchi para aquellas establecidas entre vendedor y comprador que se dan en el sector informal (1990: 218).

tiene ningún valor real, pero que es el vínculo que une al productor con el comprador o al comerciante o distribuidor con el productor. Este es un tema que merece ser investigado para entender con mayor profundidad la lógica de una economía popular.

Pero es importante señalar que esta economía de confianza puede ser también muy frágil cuando empiezan a fallar los deudores, en este caso, los acreedores pueden establecer un sistema más rígido de control de la evolución de las empresas para otorgar el crédito bajo las mismas modalidades.

En el siguiente capítulo, vamos a presentar la evolución de dos empresas familiares exitosas, una urbana y la otra rural, para proveer ejemplos concretos de las tendencias generales aquí analizadas.

IV.

Dos confeccionistas exitosos de Pelileo: respuestas creativas frente a mercados volátiles

En las historias que siguen, analizamos la evolución de dos empresas exitosas. Con su descripción, aunque reconocemos que en cierta forma son excepcionales, queremos identificar y resaltar algunas tendencias generales que hemos analizado en los capítulos previos. Con este fin, hemos escogido una empresa en El Tambo en la periferia urbana y otra en Huambalito en el campo, a unos 10-15 kilómetros de Pelileo, la cabecera cantonal. En relación a la empresa de Huambalito, es necesario tomar en cuenta que una gran parte del empleo manufacturero en Pelileo se ubica en el campo. Además de los dos casos exitosos, vamos a referirnos a algunas otras empresas para resaltar las tendencias generales e identificar ciertas variaciones.

Una empresa urbana en vías de descentralización hacia el campo

Sebastián Carrasco, con su propia marca de jeans “Far West”, es uno de los confeccionistas más exitosos en la historia de la industria textil de Pelileo. Es propietario de dos fábricas, una ubicada en El Tambo (con tecnología de punta) y la otra (recién establecida) en el campo, en la finca lechera de la cual también es dueño. Además, a comienzos del 2000 empezó la construcción del primer *mall* o centro comercial de El Tambo, un edificio de tres pisos que tiene espacio para 18 almacenes.

Carrasco estableció su empresa con el capital que consiguió de la venta de “unas cositas para comprar cuatro máquinas”, ahorra todo lo que ganaba “para comprar más máquinas usadas”. Empezó a producir a base de sus “propios conocimientos en la confección y la ayuda de sus obreros” que habían trabajado en otras empresas de confección. Previamente, había sido dueño de una empresa de embutidos, produciendo “funditas” de intestinos que él vendía localmente y también exportaba a Colombia, por lo tanto ya era empresario experimentado antes de comenzar la producción de jeans, y cuenta con orgullo que empezó a trabajar de lustra botas a los ocho o nueve años porque, desde muy joven, le gustaba “estar metido en negocios”. En cierto momento, él estaba involucrado en cuatro diferentes actividades, la confección y la agricultura entre ellos, pero en marzo 1998 cuando le entrevistamos por primera vez, estaba dedicado exclusivamente a la producción de jeans. La hacienda ganadera y el *mall* fueron inversiones posteriores.

La historia de su empresa refleja los altibajos del sector (descritos en los capítulos anteriores). En 1998, Carrasco empleaba a cincuenta obreros y obreras “fijas”, pagados a destajo (en relación con su especialidad), un contador, un jefe de personal, y una persona que hacía la revisión de las prendas, más cuatro miembros de su familia, su hija y su esposa entre ellos. Con referencia al número de obreros ocupados, su empresa alcanzó sus mayores dimensiones en 1997 cuando estaba produciendo ropa tanto para niños como para adultos. Después de El Niño de ese año, el “mercado cayó paulatinamente” y en la siguiente ocasión que le entrevistamos, en marzo de 1999 (en el curso de la crisis bancaria), Carrasco trabajaba con sólo veinte obreros y estaba a punto de cerrar su fábrica por lo menos por un mes. Cuando regresamos a mediados de mayo del mismo año, había reiniciado la producción, con catorce obreros y cuatro personas en la administración. Comentó que en los peores momentos de la crisis, vendió “once máquinas a precios baratos, máquinas que ahora podría usar otra vez”. En fin, el año 1999 fue muy duro para él; como muchos otros confeccionistas, tuvo que descapitalizar a su empresa para pagar deudas, conseguir capital de trabajo, y comprar insumos.

Un año más tarde, en abril de 2000, el mercado se había recuperado en algo y la empresa estaba produciendo con treinta obreros, después de

haberse cerrado por casi todo el mes de enero, comenzando a trabajar con ocho personas sólo hacia fines de ese mes. La devaluación monetaria y la estabilidad cambiaria introducidos por la dolarización posibilitaron un entorno propicio, hasta el punto que pudo “exportar indirectamente a Aruba”, aunque el margen de ganancia de la empresa bajó porque tuvo “que bajar los precios para vender”. Cuando le entrevistamos otra vez en marzo de 2005, después de un lapso de cinco años, la empresa de Sebastián Carrasco se recuperaba de una nueva crisis, produciendo jeans con veinte obreros, más personal administrativo. La nueva crisis de mercado fue provocada por la combinación de la dolarización con la liberalización comercial, específicamente, por las importaciones de textiles y prendas baratas desde los países vecinos y desde el Asia. En los peores momentos de esta crisis, casi le habían embargado su centro comercial por deudas; sin embargo, en el momento de la entrevista tenía “poca deuda” y decía, estaba “saliendo adelante”. Para ese entonces, había establecido y abierto (a fines de 2004) una nueva fábrica al lado de su centro comercial. El viejo taller quedó en manos de sus hijos que recién se iniciaban como productores independientes. Además estaba contento con la producción de su hacienda por el mejor precio de la leche.

Durante nuestras últimas conversaciones con Sebastián Carrasco, a fines de marzo de 2008, descubrimos que, para reducir los costos laborales, había reducido el número de obreros en la planta que tenía en El Tambo para construir una nueva en el campo, en su hacienda ubicada en Píllaro, donde podía pagar salarios menores que los normales en el centro urbanizado del cantón. Como ya señalamos anteriormente, esta descentralización de la producción hacia el campo, para reducir costos laborales y así enfrentar la competencia “feroz” de las importaciones, era común entre los confeccionistas pelileños.

¿Cómo logró Carrasco mantener y hasta expandir sus negocios, desafiando los altibajos dramáticos del mercado, cuando muchos otros quebraron?” Ya hemos señalado que una parte de la explicación radica en la transformación tecnológica de las empresas que sobrevivieron a los trastornos políticos y económicos de los últimos diez años.

INSOTEC, una ONG que estableció una oficina en Pelileo para proveer servicios a las confeccionistas, animó una parte de estas transforma-

ciones a comienzos y mediados de los años 1990, para ello, desarrolló algunas iniciativas que le resultaron muy beneficiosas tanto para Carrasco, como para otros confeccionistas. Entre ellas, resaltan dos cosas. Primero, INSOTEC aconsejó a los productores de jeans conseguir sus propias marcas para evitar problemas legales, una iniciativa particularmente importante para los productores grandes que ocuparon espacios muy visibles en el mercado local, Carrasco entre ellos. Segundo, con el apoyo del INSOTEC, Carrasco viajó a los centros textiles de Colombia en 1997. Un año más tarde en febrero de 1998, con otros veinticinco-treinta confeccionistas artesanales ecuatorianos, viajó a Colombia, en esta ocasión por su propia cuenta y para participar en una feria. La ocasión les sirvió para conocer una industria textil más avanzada que la ecuatoriana y decidió contratar un diseñador antioqueño y después, a fines de 1998, también un jefe de personal o administrador colombiano.

Este personal calificado contratado durante su viaje a Colombia que llegó a Pelileo durante la crisis bancaria, le ayudó a reorganizar la producción con el objetivo de reducir costos en materia prima y salarios. El diseñador introdujo una nueva manera de cortar para ahorrar tela, así como otras innovaciones para reducir costos e incrementar la eficiencia. El administrador “vino con otra disciplina y organización del trabajo” y pensó que en Pelileo “los obreros son flojos, que les falta disciplina en el trabajo”; reorganizó la secuencia de la producción para establecer un sistema fabril en el cual cada obrero cosía sólo una parte del pantalón, abandonando el sistema de pago por destajo en favor de sueldos mensuales. El resultado, en las palabras de Carrasco, fue que “con menos obreros, sacamos la misma producción y ahorramos en electricidad, almuerzos, tela, y otras cosas”. En años posteriores, Carrasco continuó invirtiendo en la transformación tecnológica de su empresa. Últimamente, consiguió equipos electrónicos (para la producción de los modelos y bordados) además de un complemento de maquinaria de punta, y contrató a técnicos especializados, entre ellos, graduados de la Universidad Técnica de Ambato.

Claramente, Carrasco ha sido un innovador. Por ejemplo, además de liderar la transformación tecnológica de su empresa, en 1999, cuando las ventas bajaron tan dramáticamente, fue uno de los primeros de Pelileo en producir pantalón estilo jeans con tela gabardina, un cambio en su línea

de producción con el que le fue bien. Cuando le pareció oportuno, producía camisas además de jeans. Dice que “siempre quise competir con los mejores, hacer lo que los vecinos no hacen”. Además de mejorar la calidad de sus prendas, incrementar la eficiencia de su empresa, y prestar atención a los cambios de estilos, Carrasco se dedicaba a buscar nuevos mercados. Durante los primeros años de la empresa, exportó a Perú por Huaquillas (exportaciones que desaparecieron con la cierre de las fronteras por la Guerra del Cenepa en 1995). En 1998, antes de la crisis bancaria, estaba exportando el 20 por ciento de su producción vía Tulcán a Colombia. Después, por los contactos que había establecido y la calidad de sus jeans, pudo exportar a Perú y a Colombia durante los fugaces momentos de una tasa de cambio favorable y estabilidad de mercado alrededor de 2000. Continúa explorando posibilidades de vender en mercados exteriores, con viajes a Estados Unidos y otras partes, pero el alto valor del dólar, en comparación con las monedas de los países vecinos y de los exportadores de textiles del Asia, dificulta y limita seriamente la exportación.

Tanto el ahorro como el crédito de varias fuentes capitalizaron la empresa de Carrasco. Cuando comenzó, como señalamos anteriormente, vendió “cositas” y ahorraba para comprar máquinas nuevas y usadas. En diferentes momentos, consiguió crédito de INSOTEC, de proveedores y comerciantes, de amigos y también del sistema bancario formal (p.e., del Banco de Préstamos en 1997), utilizando tanto para la compra de la maquinaria como para insumos. Cuando empezó la crisis bancaria, cuenta que se “dedicó a conversar con los proveedores” para revisar su capacidad de producción. Para la construcción de su centro comercial en El Tambo, consiguió un préstamo de una institución bancaria.

Finalmente, Carrasco ha liderado o participado en iniciativas para organizar a los confeccionistas de Pelileo en defensa de sus intereses, por ejemplo, para explorar las posibilidades de exportación colectiva y para prohibir la importación de ropa usada que les afectó seriamente. De hecho, el tema de las ventajas de la organización ha sido constante en todas nuestras entrevistas y conversaciones con Carrasco, desde 1998. Así, señala las ventajas que puede tener una asociación para comprar tela directamente de las fábricas y para exportar. En cierto momento, tenía esperanzas en INSOTEC para abrir caminos para la exportación a Colombia. Es

miembro activo de una Asociación de Sastres Modistas y Afines Juventud y Trabajo fundada el 24 de Septiembre de 1982 en Pelileo.

En cuanto a su propia interpretación de las fuentes de su éxito, Carrasco insiste que: “para que todo esto sea posible agradezco a Dios y a mi esposa que es el pilar permanente para la realización de todos mis proyectos” (Pelileo, octubre 2008)

Una empresa rural

Carlos Zúñiga y Bélgica Sánchez fundaron su empresa, que se dedica casi exclusivamente a la confección de ropa de niño, ubicada en las afueras de la cabecera cantonal, en 1975 o 1976. En ese entonces, según ellos, las condiciones de la industria eran más favorables que en 1998, fecha de nuestra primera entrevista. Se acordaban que “la tela costaba menos y se podía ganar más y sacar más producto”. Carlos Zúñiga desarrolló sus conocimientos sobre la confección trabajando como obrero a domicilio para uno de los pioneros de la industria del jeans en Pelileo: “la tela vino cortada de Quito” y él trabajaba “con máquina a pedal porque no había electricidad en el campo”. En este aspecto, compartió la experiencia de la mayoría de otros empresarios de la confección que aprendieron su oficio o trabajando a domicilio para comerciantes y productores grandes o trabajando en las empresas de sus padres y otros parientes.

Los Zúñigas cuentan que comenzaron “de cero”. Compraron unas máquinas con crédito y después otras máquinas al contado con el ahorro de las ganancias de la empresa. Rememoraron con nostalgia de los años 1994-1995 como los mejores de su negocio: “ganábamos bien y construimos la casa; compramos el terreno”. Tenían hasta quince personas trabajando en la empresa (pagados a destajo), en comparación con los tres a cinco de 1999, un año de crisis aguda, cuando la competencia era tan feroz que “uno no gana nada, de héroe no mas se trabaja, es la guerra de precios aquí, esto es fregado”.

En el curso de ese año de crisis, Zúñiga murió trágicamente pero su viuda logró mantener la empresa a flote: un poco antes de su muerte, habían vendido su carro para pagar deudas y conseguir capital de trabajo y,

como muchos de sus vecinos, alternó la confección con la agricultura y “unos animalitos”.¹ Declararon que en la vecindad, había “unas 30 personas” dedicados a esta combinación de actividades. El año entrante, el 2000, en plena recuperación del mercado de confecciones (con siete obreros en la casa y cuatro fuera), Bélgica continuaba cultivando un “poco” de tomate de árbol, papas, maíz, y manzanas para la venta y el autoconsumo; además criando chanchos de engorde y “pollitos para dar la vuelta a la vida”.

Cuando regresamos a conversar con Bélgica en 2006, encontramos una empresa técnicamente renovada, y ella contaba que “2005 fue un año muy bueno” porque vendió todo lo que podía producir y que otra vez estaba “menos metida” en la agricultura, cultivando sólo maíz y alfalfa (que exigen “poco trabajo”) y frutas –peras y manzanas; además, tenía doscientos cuyes en jaulas modernas. En la confección trabajaba con quince obreros, y hasta veinte en ciertas épocas del año, el número máximo histórico de la empresa mencionado en 1999 por su difunto marido. Mientras tanto, aunque ella se había casado con un hermano de Carlos, quedó en la gerencia de la empresa y a cargo de todos los aspectos financieros (tiene dos años de educación secundaria); su nuevo marido trabajaba en la parte productiva. Uno de sus dos hijos se graduó de ingeniero en la Universidad Técnica de Ambato y otro, estudiante de administración en la Católica de Ambato, ayudaba a su madre en la empresa, específicamente con la administración de un puesto de ventas que consiguió en 2004 en el Mercado Mayorista de Productos Andinos en Chillogallo al sur de Quito, un mercado establecido a partir del cierre de los puestos en la calle Ipiales en el centro de la ciudad capital. En marzo de 2008, fecha de nuestra última conversación con Bélgica, tenía menos personas trabajando en su taller y más trabajadores a domicilio en el campo, “lejos de aquí”. Como los otros confeccionistas de Pelileo, estaba tratando de reducir los costos laborales.

1 Carlos Zúñiga comentó que “ahora aquí la gente se dedica a la agricultura; en la ciudad están fregados”, y contó que una vecina “tenía hasta cincuenta personas en su empresa y ahora trabaja con cinco. Hay empresas que han desaparecido; otros retornan a la agricultura y otros están en la avicultura. Un hermano mío está criando chanchos”.

Los elementos del éxito

La exitosa historia empresarial de los Zúñigas tiene similitudes con la de Sebastián Carrasco. En ambos casos resaltan: una fascinación con, e inversiones en, las innovaciones tecnológicas; una capacidad creativa para responder a los cambios dramáticos que el mercado sufrió durante la década pasada; dedicación al trabajo y la utilización de una combinación de ahorros y crédito para la expansión de la empresa. En el caso de los Zúñigas creación de su propia marca (“Creaciones Charles”); atención cercana a los cambios de moda y telas preferidas por los consumidores (durante diferentes visitas nuestras, estaban cosiendo con nylon y pana, además de denim de varios colores); la compra de terrenos para combinar actividades agrícolas con la confección; un manejo familiar de la empresa por parte de la pareja, incluyendo la contribución de sus dos hijos; la descentralización de la producción hacia partes más rurales del cantón; y búsqueda de mercados dentro del Ecuador o en los países vecinos (además de su puesto en el mercado mayorista de Quito, Bélgica también tenía un puesto el mercado mayorista de Ambato, y cuando las ventas no iban bien durante los años de crisis, solía vender directamente a los consumidores).

Los otros confeccionistas exitosos compartían los elementos de triunfo que hemos identificado en las prácticas empresariales de Carrasco y los Zúñiga Sánchez. Muchos de ellos pertenecían a familias propietarias de talleres. En el caso de Carlos Zúñiga, tres hermanos, dos en el campo y uno en Pelileo, eran confeccionistas. Otra confeccionista que entrevistamos en varias ocasiones tenía cinco hermanos/as con sus propios talleres de confección y un sexto que era sastre y líder de una de las asociaciones de productores que funcionaban en el cantón. Pero los confeccionistas mismos solían tener familias pequeñas. Como lo explicaba Bélgica en una ocasión, “los confeccionistas tienen sólo dos hijos y pueden darles educación, los pobres no”.

Si los hijos no seguían los pasos de sus padres en la confección después de terminar la secundaria, estaban a menudo cursando estudios superiores. En el caso de Bélgica, un hijo, como ya señalamos, se había graduado de ingeniero; el otro estaba estudiando administración en la Católica de Ambato. En algunos casos, las hijas con educación superior y puestos

profesionales prestaban ayuda en la contabilidad a las empresas de sus padres. En otros casos, los hijos se involucraron en cultivos de invernadero con aquellos padres que tenían terrenos.

Con referencia a las marcas propias, aunque fueron un elemento importante de las estrategias empresariales de los confeccionistas grandes y visibles (algunos habían enfrentado litigios por copiar/robar marcas internacionales), los pequeños y hasta los medianos continuaban utilizando las marcas internacionales más populares que se vendían mejor, y hasta las de sus vecinos pelileños con marca propia. También copiaron las innovaciones de los vecinos exitosos, sus modelos y las telas que utilizaban.

Estos dos casos analizados, muestran un perfil de empresarios de nuevo cuño que se alejan bastante del prototipo de “empresario moderno” de corte netamente capitalista. No estamos sugiriendo que la estrategia de estos empresarios no sea capitalista, pues se ha incubado en un medio dominado por el mercado, pero se ha desarrollado, aprovechando las condiciones de funcionamiento de un mercado “socialmente construido”, es decir en el cual no predominan únicamente las leyes impersonales de la oferta y demanda, sino que al estar “enraizado” en una determinada sociedad, facilita el buen uso de relaciones sociales que no pasan por la contabilidad capitalista *strictu sensu*. Son las condiciones reales de estructuración de la sociedad en un determinado grado de desarrollo las que imponen las especificidades de funcionamiento del mercado y no a la inversa.

En este *milieu*, los actores económicos desarrollan estrategias innovadoras que dependen más de la experiencia de todos los días, antes que del aprendizaje en la universidad, en un manual de economía o en un texto popular de aquellos que circulan masivamente en los supermercados y que llevan títulos tan sugerentes como: “ser millonario en una semana” o “cómo conseguir el éxito en diez días”, etc.

Señalemos a manera de conclusión cinco rasgos principales que caracterizan a estos confeccionistas emprendedores/innovadores populares que están presentes en este territorio:

- Se trata de empresarios que no han pasado por la universidad, pero sí por una exigente escuela de aprendizaje en el mercado, es decir, por una formación desde la experiencia antes que en la academia y que les

ha tomado varios años, pues no hay que olvidarse que se trata de experiencias acumuladas en el seno de las familias y la mayoría de los confeccionistas ya estuvieron vinculados a esta actividad desde niños. No obstante, privilegian la educación formal de sus hijos, un *input* de capital humano que les beneficiará en nuevas fases de complejidad empresarial, cuando la empresa familiar ya ha crecido para adquirir un perfil empresarial más capitalista. Disponer de hijos con educación secundaria generalizada e incluso educación superior, al parecer, puede asegurar la continuidad de la empresa o la formación de nuevas empresas.

- Uno de los elementos que caracterizan a estos empresarios es la adquisición de nueva tecnología en sus talleres. En este sentido tienen, como lo señalamos anteriormente, cierta fascinación por la tecnología y aunque no se trate precisamente de innovación tecnológica, pues ellos no fabrican la maquinaria, entrarían en la categoría de innovadores, en la medida en que están abiertos a la utilización de información, modelos, marketing y tecnología más avanzada disponible en el mercado y que es una de las características centrales de los empresarios de corte shumpeteriano (Dannequin, 2006). El surgimiento de empresarios innovadores, depende más de los desafíos a los que se enfrentan los confeccionistas en el mercado antes que de una previa formación teórica en las “incubadoras” que se ofertan masivamente por las universidades sobre todo privadas del país.
- Una faceta muy interesante de estos confeccionistas es que aprovechan exitosamente las oportunidades locales en varios ámbitos: mano de obra barata, mercado cercano y dinámico, oferta de crédito, existencia de redes de confianza locales, redes de parentesco, etc. Si bien esta no es una característica exclusiva de estos emprendedores puesto que la mayoría de los productores lo utilizan, lo distintivo radicaría en que lo hacen en función de las nuevas actividades emprendedoras, es decir, de los cambios que introducen en sus empresas.
- La actividad manufacturera se combina con otros emprendimientos, por ejemplo, el comercio y la agricultura. Hoy día, Sebastián Carrasco

no es el único confeccionista dueño de un mall o de un negocio comercial que importa ropa además de vender la producción local. Algunos confeccionistas han heredado terrenos, pero otros (como ilustran nuestros dos casos) compran terrenos con las ganancias de la confección. Ahora bien, la producción minifundista de los confeccionistas puede ser ineficiente desde una perspectiva económica; sin embargo, el terreno puede actuar como una póliza de seguro social en los momentos de crisis en los mercados además de ser una garantía para préstamos bancarios. O, en otras palabras, la posesión de un terreno para la agricultura puede formar parte de una estrategia que ayuda a garantizar la seguridad de la familia.

- Finalmente, se trata de emprendedores enraizados en sus grupos familiares, puesto que es a partir de la familia que se despliegan las iniciativas y los emprendimientos. No se trata de emprendedores individuales y esto los diferencia de la figura del empresario capitalista caracterizado como: “individuo cuyo objetivo es ganar dinero, organizar y combinar los factores productivos para vender los productos en el mercado, confiado y aventurero, con alta propensión al riesgo, y altamente innovador” (Brunet y Alarcón, 2004: 89). Nuestros confeccionistas, parten de una estrategia familiar que incluye la esposa y los hijos y nunca sacrificarían este núcleo por más ganancia capitalista que tengan a la mano. Aprovechan la ventaja del capital social familiar, pues el mercado se detiene en el umbral del hogar (Bourdieu, 1993), pero disponen de redes hacia afuera con lo cual la inserción en el mercado no es tan riesgosa y aprovechan también en la esfera de la comercialización el capital social construido con otros productores del territorio.

V.

¿Existe capital social en Pelileo?

Uno de los aspectos que más sorprende sobre la dinámica productiva de los confeccionistas de este territorio es que no disponen de niveles organizativos formales a nivel de la esfera productiva. No se observa la presencia de cooperativas, uniones, asociaciones u otros tipos de organizaciones formales en la producción como podría esperarse en un medio local donde existe una dinámica económica importante. En todo caso, no se puede decir que a partir de una asociación de sastres o modistas, se haya dinamizado la producción actual de jeans o de ropa. Esta realidad, que puede chocar a personas acostumbradas a mirar los éxitos económicos en pequeña escala como el producto de intervenciones externas exitosas y de difusión de principios cooperativistas o de economía social, requiere una aclaración y en este estudio avanzamos en la formulación de algunas explicaciones en base a nuestro trabajo de campo.

Conviene señalar que nos acercamos con bastante precaución al concepto de capital social, sobre el cual existe ahora una abundante literatura, tanto académica como de estudios aplicados a problemas relacionados con el desarrollo, políticas sociales, pobreza, etc. Aquí, no vamos a entrar en una discusión conceptual del capital social, sobre el cual no existe todavía consenso en la academia; simplemente señalemos de paso que hay dos vertientes teóricas básicas: aquella que proviene de la perspectiva del “rational choice” cuyos representantes más conocidos son Putnam y Coleman y aquella que proviene de la perspectiva relacional representado por la sociología de Bourdieu (2001). Si bien en el campo académico y

debido a la poderosa influencia que ejerce en nuestra región la sociología norteamericana, es más conocido el trabajo de Putnam y en menor medida el de Coleman, aquí seguiremos la pista al poco conocido trabajo de Bourdieu que, como lo veremos, permite una aproximación más estructural al uso del concepto de capital social.

Si partiéramos de la concepción de capital social de Putnam, para quien lo importante es la decisión de los productores a participar en cualquier forma de organización, seguramente llegaríamos a la conclusión de que existe un muy bajo nivel de capital social. En efecto, como lo hemos mencionado varias veces en este trabajo, no encontramos organizaciones de productores de jeans, por lo mismo, podríamos concluir que no hay interés de cooperar entre ellos y el capital social o no existe o está en crisis. Pero esta conceptualización, derivada del trabajo de Putnam, es bastante discutible, porque analiza sólo los aspectos exteriores o institucionales de la presencia o no de capital social. Es más, aunque existieran organizaciones de tipo cooperativo, no por ello se podría colegir que existe capital social, por ser un concepto más relacionado con las estrategias y comportamientos de los productores en un determinado campo social y en relación con una determinada estructura social donde aquellos se inscriben.

La conceptualización de capital social de Bourdieu (2001), por el contrario, nos lleva por derroteros más estructurales, al considerar no sólo las estrategias que despliegan los actores en forma individual y/o colectiva en un determinado campo social (que para efectos de nuestro estudio podríamos considerarlo como “el territorio”), utilizando para ello las redes familiares o de parentesco, sino también las inversiones que realizan en crear o mantener estas mismas redes que pueden extenderse fuera de la comunidad e incluso (como sucede ahora) a nivel internacional (pues no es descabellado pensar que la migración puede ser analizada desde esta perspectiva y no sólo desde la “pobretología” como frecuentemente se estila entre las explicaciones que no superan el sentido común). Ahora bien, este capital social, se inserta en una estructura social determinada, lo que nos induciría a pensar en efectos diferenciados de acuerdo a la posición ocupada por los actores en ese determinado campo social.

Un segundo aspecto que hay que recuperar de la perspectiva de Bourdieu, es que el capital social se encuentra vinculado con otros tipos

de capitales (económico, cultural, simbólico) y depende mucho de la disponibilidad de aquellos para que los efectos positivos se manifiesten entre los actores individuales y colectivos. Lo que advierte este autor, es que disponer sólo de capital social no es necesariamente la solución para mejorar su posición en el campo social, si al mismo tiempo se carece de otros tipos de capitales. En este sentido, se puede perfectamente explicar el por qué, por ejemplo, los productores indígenas que disponen aparentemente de capital social, continúan en situación de pobreza, ya que el contar con relaciones de reciprocidad, cooperación y solidaridad, que se manifiestan incluso en organizaciones formales, no es suficiente, si no tienen acceso a tierras de buena calidad, a crédito y buenos canales de comercialización (capital económico), y si no disponen de un buen nivel de educación (capital cultural).¹ Por allí, por ejemplo, se puede explicar el fracaso de muchos proyectos de desarrollo que pretenden abordar el problema de la pobreza por las ramas, sin atreverse a atacar las raíces, es decir a las causas estructurales de la pobreza.

Consideramos que la presencia de capital social de tipo estructural o relacional, supone la presencia de ciertos elementos claves tales como: la existencia de relaciones sociales de reciprocidad/solidaridad, la presencia de redes sociales y de vinculaciones que rebasen lo estrictamente micro, y finalmente, la institucionalización de estas relaciones en organizaciones que generen normas que faciliten la obtención de objetivos económicos, sociales o políticos que individualmente son difíciles de conseguir.

Según esta definición estrictamente operacional, la visibilización del capital social pasa por la conformación de organizaciones de algún tipo: productivas, sociales, políticas, etc. Ahora bien, en el caso de Pelileo, se observa que no existe un capital social visible, es decir que pueda palparse en el nivel organizativo de los productores.² A pesar del dinamismo económico de los productores de jeans, no existen cooperativas de pro-

1 En contraste con la situación presentada sobre los confeccionistas de Pelileo que a menudo poseen tierras, tienen experiencia en el comercio, disfrutaban acceso a la educación, etc.

2 No obstante, existe un nivel de organización entre la población mestiza rural de vieja presencia en este territorio, que toma el nombre de Juntas de Defensa del Campesinado cuyo objetivo central es la protección de los campesinos contra el abigeato. Estas juntas tienen sus contrapartes en la zona urbana y entre los confeccionistas. Pero, se trata de un “capital social defensivo”, que implica otra problemática mucho más amplia, no contemplada en este estudio.

ductores, ni tampoco una comunidad de intereses en el sentido más laxo del término.

Esto no quiere decir, sin embargo, que no existan lazos de solidaridad al interior de las familias, al contrario, como lo señala Champagne para el caso de las familias rurales francesas, “la familia y las relaciones de parentesco ocupan todavía una posición dominante en su campo de relaciones sociales” (2002: 302). En efecto, en Pelileo como en otros lugares, la familia es el caparazón que permite a las nuevas generaciones no sólo aprender el oficio, sino también disponer de una herencia, que con la agudización del minifundio se torna cada vez más simbólica. Pero además es el espacio de la circulación de informaciones, de intercambios de servicios y de prácticas de dones y contra-dones (Champagne, 2002). Este autor denomina “capital social familiar” a este conjunto de relaciones y condiciones que permiten a sus miembros aprovechar otros capitales disponibles, ya sean económicos o culturales para fundar nuevas iniciativas productivas.

Hacia 1993, por ejemplo, existían cinco preasociaciones del jeans que llegaron incluso a formar el Comité pro-feria del jeans, sin embargo se trató de una iniciativa más bien dirigida a ubicar un lugar de comercialización de este producto, es decir, para realizar la feria del jeans, que hasta entonces se realizaba en plena carretera de acceso a la ciudad de Pelileo. Se presentaron dos propuestas: adaptar un lugar especial para construir un mercado o ensanchar la carretera. A pesar de que la pre-asociación de mayoristas impulsó la creación de la feria en la Plaza 10 de agosto de Pelileo, finalmente se impuso la costumbre de realizar la feria en El Tambo y hasta ahora los productores y comerciantes de jeans se encuentran en la misma carretera, ahora ampliada y con la presencia de almacenes tipo “boutique” o pequeños centros comerciales que han desatado un proceso de especulación sobre el precio de la tierra en este lugar.³ La mayoría de los presidentes de estas asociaciones en los comienzos de 1990, hablan de “desunión” entre los productores y los objetivos de estas asociaciones no fueron más allá de buscar el lugar más adecuado a los intereses de los productores para la realización de la feria de jeans. Así que se trataba de aso-

3 Entrevista a E. Barrera, *Revista Cumbres*, No. 5, Pelileo, 1993.

ciaciones vinculadas a intereses localistas sin mayor perspectiva de colaboración y que defendían puntos de vista que respondían a los intereses individuales de los productores. Uno de los líderes se quejaba:

Hay un poco de egoísmo en nuestro barrio, yo quisiera que la gente se concientice, quisiera que todos estuviésemos unidos, o bien en el Tambo, o bien en cualquier parte de Pelileo, como dicen, en la 22 de julio; pero unidos todos que sería un éxito rotundo en la feria.⁴

Revisando los apellidos de las familias de los productores actuales de jeans, predominaban los apellidos Llerena, Tirado, Medina, Carrasco, Quinga, Sánchez entre los hombres y los apellidos Barroso, Aman, Llerena entre las mujeres. Esto puede indicar (más allá de los aspectos estrictamente demográficos y la probable existencia de patrones endogámicos, que requerirían estudiarse) dos situaciones interesantes desde el punto de vista del capital social: se trata de grupos familiares bastante amplios, dedicados a la actividad de confección, lo que mostraría a su vez la presencia de redes familiares y de una posible solidaridad inclusiva, es decir, al interior de los grupos familiares. Esta podría ser una de las explicaciones de la ausencia de capital social visible en organizaciones de productores, pues si ya existe una solidaridad familística, no sería tan urgente la cooperación formal, es decir mediatizada por organizaciones como cooperativas, asociaciones u otras. No obstante como lo advierten los estudiosos del capital social, esta modalidad familiar puede encerrarse sobre objetivos que no vayan más allá de la dimensión del parentesco y que no beneficien a toda la comunidad.⁵

4 Entrevista a S. Llerena, *Revista Cumbres* No. 5, Pelileo, 1993.

5 Como hipótesis, podemos sugerir que la presencia de estas redes informales de tipo familiar, pueden constituir un importante obstáculo para la competencia de tipo capitalista, puesto que es bastante probable que la información básica sobre modelos, mercados, tecnología, etc., circule al interior de estas redes lo que en cierta forma homogenizaría la producción de jeans, sin dejar mucho margen a la innovación y competencia realmente empresarial. Ahora bien, esta aparente igualdad, puede romperse cuando una familia, y más en concreto un empresario decide dar el salto a la innovación, en base a la experiencia exitosa del mercado y en apoyos financieros externos o internos a la unidad familiar. El resto de unidades familiares no podrán seguir este ritmo, debido a que carecen sobre todo de capital financiero para dar el salto empresarial exigido. Allí se encontrarían los límites de la solidaridad familiar extendida y las posibilidades de abrir espacios realmente capitalistas basados en la competencia, la innovación y la calidad del producto.

Las redes familiares podrían también servir de plataforma para impulsar procesos de conformación de empresas “familiares” más grandes. Como el ejemplo antes señalado, de varios hermanos que buscan unirse para constituir una empresa, con más tecnología, más capital y por supuesto más competitiva. Seguramente este es el camino más transitado para la conformación de empresas en Pelileo y no tanto la formación de sociedades anónimas con inversión de capitales foráneos. El capitalismo muestra así su especificidad histórica por la que más que de un modelo abstracto, depende de las condiciones históricas concretas en las que se desarrolla.

Esto es lo que estaría actualmente sucediendo en Pelileo, en donde se observa varios niveles de producción: a) el de los pequeños productores, posiblemente basados todavía en las redes solidarias familiares, b) un grupo de medianos productores buscando una diferenciación en torno a la adopción de tecnología y, c) un grupo mucho más restringido de empresarios que han apostado a la innovación tecnológica y a la reestructuración del proceso productivo para producir un producto de alta calidad. Para los dos primeros grupos el capital social, de tipo familiar todavía es importante, no así para el tercero que ya no depende exclusivamente de las redes familiares sino del nivel de respuesta de la empresa a un mercado cada vez más exigente. Seguramente estos productores necesitarían otro tipo de capital social, mucho más formal e institucional, que facilite principalmente los contactos con el mundo del mercado nacional e internacional, con la tecnología y el mundo de la innovación. No es sorprendente que estos productores sí estén interesados en unirse para buscar mercados y si es a nivel internacional, mucho mejor.

En este último caso, son las redes hacia afuera, y concretamente hacia el mercado, las que tendrían más utilidad, pues han sobrepasado el umbral del capitalismo familiar y estarían listos para lanzarse al verdadero capitalismo de mercado. La tesis de la fortaleza de los lazos débiles de Granovetter (2000), se verificaría también en el caso de Pelileo, especialmente entre los productores más grandes y con una mayor visión empresarial.

Las empresas familiares y el capital social

Las ventajas de las firmas familiares a partir de una reconceptualización del capital social han sido estudiadas recientemente para el caso europeo. Partiendo de la importancia de las empresas familiares que llegarían a representar alrededor de las dos terceras partes del número total de empresas en las economías de los países occidentales, se plantean la cuestión de cuáles son las ventajas que disponen estas empresas en el mercado (Arrègle *et al.*, 2004). A partir de una definición de capital social que tiene como punto de partida lo que denominan como “familiarismo” (es decir los recursos únicos o escasos que posee una empresa como producto de las relaciones entre los miembros de la familia, entre ésta y la empresa), avanzan hacia la propuesta de analizar las ventajas de las empresas familiares que disponen de capital social (en el sentido de un recurso social que tienen las familias y que puede ser aprovechado con fines económicos), en este caso, de competitividad con otras empresas no familiares. Fuera del sesgo economicista de esta reflexión, los efectos positivos de disponer de un capital social familiar tendrían mucho que ver con la disponibilidad de información e investigación, las presiones de tipo normativo y la influencia sobre otros actores (Arrègle *et al.*, 2004:18). Es interesante descubrir cómo la economía de gestión se interesa por estos asuntos “micro”, generalmente menospreciados por la economía neoclásica, pero que tienen importancia a la hora de explicar el funcionamiento de la economía real en una sociedad concreta.

Una constatación que es bastante evidente es que hay una “interpenetración fuerte entre el mundo social de la familia y el mundo económico de la empresa familiar”, constatación que abre un rica veta de investigación sobre los roles de los miembros familiares, la cuestión de género, los sistemas de valores familiares en relación con el dinero, mercado, ahorro, pero también sobre el modo de vida, de pensar, de actuar y de relacionarse de la familia a nivel social y en la esfera del trabajo (Arrègle *et al.*, 2004: 19). Los autores hacen una distinción entre dos tipos de capital social: uno, proveniente de las relaciones sociales que existen en el seno familiar y otro, presente en la empresa y que tiene que ver con la construcción de redes y relaciones con el mercado. Existiría una interrelación entre estos

dos tipos de capital social, pero entendiendo que en la base de este círculo virtuoso se encuentra la familia o como diría Bourdieu “el espíritu de familia” (1994). Según Arrègle *et al.*, la familia desarrollaría dos estrategias centrales: asegura la cohesión interna del equipo familiar y por otro lado permite la permeabilidad de la lógica económica, al impulsar la empresa familiar (2004: 20). En el éxito de la empresa familiar, entonces habría que mirar el capital social que disponen y como diría Bourdieu, las inversiones que se han realizado en varias dimensiones: en la educación, en el conocimiento de las artes del *métier*, del mercado, de la gestión, etc.; en la cooperativa, a través del impulso de normas de comportamiento solidarias en el grupo familiar. Existe una especie de escuela de comportamiento “empresarial” familiar que conformaría la base de la creación de capital social en la empresa familiar.

En el caso de Pelileo, al menos hemos observado dos tendencias claras: a) familias exitosas que generan empleo para sus hijos y sus familias y b) familias que articulan a la estrategia familiar la educación de los hijos. La primera tendencia, significa que si la empresa familiar crece, los hijos tienen asegurado un empleo familiar y pueden incluso hacerse cargo de segmentos de la misma; la segunda tendencia se encuentra en familias con hijos en la universidad, que una vez graduados pueden retornar al negocio familiar (dependiendo de los niveles de actividad en el sector) y muestra la presencia de una estrategia de inversión importante en capital cultural que facilita la estrategia de reproducción familiar en torno a la actividad de confección. La hipótesis que se puede desprender de esta tendencia es que mientras mayor inversión en capital cultural realiza la familia, mayores posibilidades se abrirían para el crecimiento de la empresa familiar.

Si se analiza desde otro ángulo esta situación, la estrategia productiva, confinada a los estrechos límites familiares que promueva los lazos horizontales entre familias y esté basado en relaciones normativas de tipo tradicional, es decir el capital social de “solidaridad”, según la concepción de Pizzorno (2003), no sería suficiente para enfrentar con éxito los retos del mercado. Y aquí viene en nuestra ayuda las tesis de Granovetter (2000) sobre la “fortaleza de los lazos débiles”. Estos se caracterizarían por ser los lazos que establecen los individuos hacia fuera de la comunidad y podríamos añadir hacia fuera del micro espacio local. Estos lazos son estratégi-

cos y permiten disponer de una red de contactos mucho más amplia, elaborada con actores claves del proceso económico en el que se insertan los productores locales. Mientras que los lazos fuertes que podrían ser los de parentesco o los de reciprocidad/solidaridad finalmente no sobrepasan la dimensión micro y muchas veces quedan confinados a ésta. Lo interesante de la tesis de Granovetter es que los lazos débiles a pesar de estar orientados fuera de la comunidad, finalmente facilitan la “cohesión” de la comunidad. Así, nuevas ideas e información circulan entre los productores, lo que les ayuda a desarrollar nuevas estrategias productivas.

La construcción de capital social en el espacio de la comercialización

En el caso estudiado, la comercialización es un espacio privilegiado para el análisis del impacto de los lazos débiles. En efecto, los productores, si bien no se organizan para la producción, si lo hacen para la comercialización. Contratan buses para acudir a las ferias, regresan a la misma hora en los buses, para evitar asaltos en la carretera, sobre todo cuando viajan a Guayaquil (siete buses semanales)⁶ (Entrevistas en El Tambo, 2006). Se han organizado también para lograr un puesto de venta en los mercados de Guayaquil y han logrado presionar al municipio de esa ciudad para concretar esta demanda a pesar de la oposición de los comerciantes locales. Y si bien no lograron instalarse en el más grande mercado de Guayaquil (Las Bahías), de todas formas consiguieron instalarse en algunos mercados considerados como marginales, pero que gracias a la actividad desplegada por los productores de Pelileo se están nuevamente dinamizando. Según la opinión del presidente de una de las asociaciones:

El municipio (de Guayaquil), una vez que nos dio el permiso verbal de trabajar nos envió a la Bahía Norte, pero había muchos enfrentamientos con los otros socios de esos lugares, decían que hemos ido a dañar el mercado, nos explotaban mucho, querían que les paguemos a ellos para que nos dejen sentar en esos puestos. Luego nos enviaron a un mercado de

6 Si se considera que cada bus puede transportar en promedio unos 40 pasajeros, alrededor de 280 productores viajarían semanalmente a esa ciudad.

Sauces 4, pero era totalmente botado, no vendíamos ni para el pasaje, peor para comer. Hicimos gestiones en el municipio, nuevamente hablamos con el director de bahías y mercados, le expusimos cuál era la situación y nos envió a este mercado de Sauces 9. Ahora estamos luchando para irnos a un mercado más grande y con mayor afluencia de gente. (Entrevista en El Tambo, junio 2006).

El hecho de moverse en un espacio que cubre los puntos dinámicos del mercado interno, implica el establecimiento de redes y contactos en varios lugares del país. De hecho, se están organizando en el punto más débil de la cadena productiva, en la comercialización del producto, el asunto más difícil para mantenerse en la competencia. Así pues, el encuentro entre la oferta y la demanda no se realiza en base a individuos atomizados sino en base a las redes y a los lazos establecidos por los productores en los espacios externos a la comunidad. Bagnasco se pregunta, si justamente la toma de decisiones mercantiles considerando los valores familiares y comunales es lo que ha permitido “resistir el estrés” que provoca el mercado (2000: 87). Para el caso estudiado, esta nos parece una respuesta adecuada que permite a los productores moverse en el mercado bajo una lógica que depende de la dinámica familiar.

La apertura de nuevos mercados a nivel nacional o la posibilidad de mercados internacionales ha sido un acicate para la organización de los productores de Pelileo en la esfera de la comercialización. Actualmente existen varias organizaciones que se han formado, desde los años de crisis en 1999-2002, en relación con la comercialización del jeans y que confirman la importancia del capital social en base a los lazos débiles.

A excepción de la asociación de pequeños comerciantes “Virgen del Quinche”, que no puede ser catalogada exclusivamente como de productores de jeans, las diversas organizaciones aglutinan a unos 137 productores. Todos ellos se han organizado para competir en el mercado de Guayaquil, pero el motivo principal fue que no podían acceder a un puesto de ventas en ese mercado si no estaban asociados y en lo posible con el reconocimiento del Ministerio de Bienestar Social. Si se quiere definir a este nivel de organización como capital social, lo máximo que se puede decir es que se trata de un capital social inducido, desde fuera y vinculado a propósitos meramente económicos.

Cuadro No. 5						
Principales organizaciones de productores de jeans en Pelileo						
Asociaciones	Nº miembros	Mercado	Tipo de productores	Año funcionamiento	Tipo de producto	Personería jurídica
Productores y expendedores de jeans Sauces 9	25	Guayaquil	Medianos y pequeños	2002	Jeans	Sí
Productores y comerciantes de jeans Unión, Lealtad y Progreso	35	Guayaquil	Medianos	2004	Jeans	Sí
Pequeños comerciantes Tierra Azul	77	Guayaquil	Medianos	1999	Jeans y gabardina	Sí
Pequeños comerciantes Virgen del Quinche	40	Pelileo	Pequeños e informales	s.i.	Jeans, artesanía, comida, etc.	No
Productores y comerciantes de jeans del barrio El Tambo*	70	El Tambo-Pelileo	Grandes y medianos	2005	Jeans	No
* Organización actualmente inactiva Fuente: Investigación de campo, 2006.						

Lo interesante de este proceso es que el hecho de encontrarse en un mercado no conocido e inseguro, les ha obligado a desarrollar actitudes de cooperación y búsqueda de confianza. Otros autores han denominado a esta actitud como capital social defensivo, que se genera cuando la comunidad se siente amenazada por factores externos a su entorno. La opinión de un miembro de la Asociación de pequeños comerciantes “Tierra Azul”, nos exime de cualquier comentario:

Como preasociación, al inicio éramos un grupo que no estábamos organizados (11 personas) y al agruparnos empezamos a buscar alternativas, nos organizamos y formamos una preasociación de la cual –gracias a Dios– nos ha ido bien, pero después de bastante lucha. Tuvimos muchas

veces que enfrentarnos a la policía metropolitana en la ciudad de Guayaquil. Hoy sí llegamos, como llegar a nuestra casa: abrimos la mercadería y podemos expender con toda tranquilidad. Antes era diferente y siempre estábamos con el miedo de los municipales. Hubo una ocasión en que a las 5 de la mañana llegaron los policías con 15 carros y al que pudieron se llevaron preso. Es más allí no respetan si es mujer, si está embarazada o si tiene niños y si es hombre, peor, lo cogen y arrastran a la fuerza y le botan al carro como caiga. Pero está lucha no sólo ha servido para nosotros, sino para todos los pelileños, porque para el resto fue fácil, cuando ellos llegaron, el municipio de Guayaquil les abrió las puertas, porque dijeron: vengan ahora necesitamos de ustedes para que nos ayuden a superar a los mercados que están muertos. (Entrevista en El Tambo, junio 2006).

Sea por una u otra vía, el hecho es que la competencia tiene sus límites y como no existen mayores posibilidades de frenar el surgimiento de nuevas unidades productivas, la búsqueda de mercados y mejor si es en forma organizada, parece ser una buena opción para los productores de jeans de Pelileo.

Estar organizados si es bueno porque solos no hacemos nada. Cuando hemos tenido que pelear con los municipales nos hemos respaldado entre todos y nos hemos defendido también entre todos. Tratamos de ser solidarios porque cuando uno no vende y otro sí ha vendido, compartimos la comida o cualquier golosina que comemos. Nos damos la mano y creo que eso es lo más valioso de la organización. (Entrevista en El Tambo, junio 2006).

Por último, la presencia de lo que denominamos como “economía de confianza”, está organizada en torno a la conformación de redes locales y extra-locales y obedece a la necesidad de eludir las dificultades que existen en torno a la obtención de crédito formal (altos costos de transacción) y a la presencia de sistemas no formales. Si hay demanda para este tipo de crédito hay también una oferta. El mercado ha debido adaptarse a las condiciones locales y deja un amplio espacio para a través de la repetición de prácticas no siempre ajustadas a los postulados de una economía moder-

na, generar la confianza necesaria para el funcionamiento de la economía con la participación de actores locales y extra-locales.

Para concluir, señalemos que cuando hablamos de capital social en este territorio, debemos manejar una concepción inclusiva, es decir que abarque varias dimensiones: desde el capital social de tipo familiar, conformado por redes parentales más o menos amplias, pasando por el capital social de las redes sociales que se construyen hacia afuera de la comunidad en el campo de la comercialización y un capital social que incluye al capital económico, es decir “el conjunto de recursos movilizables (el capital financiero, pero también la información) a través de una red de relaciones más o menos extendida o más o menos movilizable que otorga una ventaja competitiva asegurando a las inversiones los rendimientos más elevados” (Bourdieu, 2000: 237). Las familias y las empresas se encontrarían de esta manera clasificadas de acuerdo a los niveles de capital social: aquellas que sólo disponen de las redes familiares, aquellas que además poseen redes hacia afuera en la comercialización y aquellas que ya disponen de una red extensa en base a la disponibilidad de capital económico-financiero y de información, lo que les permite ser competitivas en el mercado.

Entre estas empresas de diverso tipo, no hay rupturas drásticas sino puentes, pero sólo un estudio detallado nos mostraría si son las grandes las que obtienen mayor ventaja de estas relaciones. O al contrario, el peso de las pequeñas y medianas significa también que todavía la “carga” de las relaciones sociales que no pasan por el mercado marcan el ritmo de la modernización o permitirían crear alternativas de organización de la producción mucho más solidarias e inclusivas, similares a aquellas que forman la base de la denominada economía solidaria.

El capital social y el territorio

La pregunta central que se desprende de esta investigación es si toda esta dinámica productiva tiene relación con la construcción social del territorio y si en este proceso juega algún papel el capital social. Empezando por el final de la pregunta, queda bastante claro que las actividades productivas desarrolladas en este territorio tienen un claro eje multiocupacional

con el predominio de la confección de prendas de vestir tipo jeans. La agricultura en pequeña escala y el comercio son actividades complementarias.⁷ A nivel productivo y dadas las características de las empresas basadas en el trabajo familiar, no hay un desarrollo del capital social en la esfera productiva o si lo hay, está limitado al núcleo familiar. Se trata de los lazos fuertes establecidos entre las cada vez más estrechas redes de parentesco que frecuentemente se limitan a ámbitos reducidos y no tienen la potencialidad de permitir el surgimiento de organizaciones fuertes de productores de tipo cooperativo.

Una visión de capital social más amplia que incluya las redes familiares y los lazos débiles hacia fuera, en el territorio y fuera de él, que se visualiza en las redes que se tejen especialmente en la actividad comercial, aunque no es descartable tampoco en la actividad productiva (con el trabajo a domicilio que también puede implementarse a través de redes familiares, por ejemplo), es central para comprender el dinamismo social del territorio. No hay que olvidar, que un punto central de la actividad productiva radica en las posibilidades de obtener crédito para comprar materia prima y esto sólo es posible a través del funcionamiento de un sistema de confianza que involucra a productores, comerciantes locales, comerciantes de fuera, intermediarios, prestamistas, etc. Es decir existe una espesa red económica que está muy lejos de ser visible, pero que en realidad permite el funcionamiento de la economía a nivel regional.

Así pues, para que un territorio disponga de una dinámica productiva que impulse cambios a nivel local, no se requiere necesariamente de un capital social de tipo institucional, es decir que sea visible a nivel de organizaciones tanto sociales como económicas, pero si se requiere de vinculaciones y sobre todo de una “expertise” para poder nadar en las turbulentas aguas del mercado. Pero ello, no depende solo del nivel individual, sino de factores estructurales e históricos que se han ido construyendo lentamente en el territorio, al menos desde principios del siglo XX, posiblemente desde fines del XIX.

7 El comercio del confeccionista puede incluir la venta de ropa importada china, panameña, peruana, o colombiana.

La pregunta central de si el capital social beneficia al territorio, tiene una doble respuesta. Por una lado, sin duda existe un capital social familiar que permite como lo hemos mencionado, el aprovechamiento de los recursos internos, pero también genera ocupación, ayuda a la creación de capital cultural, y es un mecanismo en escala reducida de innovación en una lógica de mezcla entre circulación de información y prácticas de reciprocidad. Por otro lado, es indudable que la dinámica productiva diversificada que existe en este territorio ha permitido una mejora substancial de las condiciones de vida, que se reflejan en el mejoramiento de la vivienda, el alto nivel de educación, el relativamente bajo nivel de emigración, la salud y sobre todo el nivel de ocupación importante. No obstante, esto no ha significado la desaparición de las desigualdades sociales, pues la misma dinámica productiva y el mercado recrean estas desigualdades que se observan entre los productores. El análisis realizado sobre este caso, muestra en cambio, que las estrategias de estos productores les llevan a utilizar amigablemente el mercado e incluso a moverse dentro de él creando capital social cuando el campo social se ha alargado fuera del territorio

Lo interesante de este territorio es que a pesar de enfrentarse a condiciones externas desfavorables (macro economía no favorable) y a las amenazas de la globalización (apertura de mercados más competitivos), no se ha desestructurado el eje económico basado en la producción del jeans. La fortaleza hay que ubicarla en las flexibles unidades productivas familiares que no solo son capaces de resistir, sino como este ejemplo lo demuestra, de responder a las nuevas exigencias del mercado (a base de experiencias y recursos históricos acumulados). En este sentido, retomando la noción de capital social desde la perspectiva relacional de Bourdieu (2001), disponer de un mínimo de capital económico es una base para desplegar la potencialidad del capital social y no a la inversa como ha sido la propuesta generalizada para los países pobres, del Banco Mundial y otras agencias internacionales.

El hecho de haber logrado resistir al embate del mercado en un contexto de políticas neoliberales, no puede interpretarse como un camino a seguir. Estos productores han debido realizar esfuerzos que recaen en la familia para lograr salir adelante y continúan elaborando estrategias “sofisticadas” para competir en el capitalismo salvaje. La ausencia de políti-

cas públicas (del gobierno nacional y del gobierno local) es más que evidente, no sólo para crear condiciones para la reactivación de la producción a través de políticas orientadas a no dejar a estos productores desprotegidos frente al aperturismo, sino en el apoyo en los puntos más neurálgicos del modelo: el crédito, la tecnología y el mercado (no sólo nacional sino internacional). Lo interesante es que estos productores han señalado luces por donde hay que transitar, pero que una vez más, lo recalcamos, no se encuentran en las recetas de los manuales de la versión neo-liberal de la economía neo-clásica, sino en las prácticas cotidianas de estos productores.

En definitiva y recogiendo el planteamiento de Trigilia,

El capital social puede entonces considerarse como el conjunto de las relaciones sociales de las que en un determinado momento dispone un sujeto individual (por ejemplo, un empresario o un trabajador) o un sujeto colectivo (privado o público). A través del capital de relaciones se vuelven disponibles los recursos cognitivos, como la información, o normativos, como la confianza, que permiten a los actores realizar objetivos que de otro modo no serían alcanzables, o lo serían pero con costos mucho más altos. Desplazándonos del nivel individual al colectivo, se podrá decir que un determinado contexto territorial resulta más o menos rico de capital social, según los sujetos individuales o colectivos que residen allí estén implicados en redes relacionales más o menos difundidas (2003:129).

Lo transcrito nos induce a pensar que el balance del capital social disponible, a través de las redes existentes hacia dentro o hacia afuera, no es nada despreciable en el caso de Pelileo.

La vinculación con el mercado, en este territorio no ha significado necesariamente la “destrucción del capital social” tal como lo plantean algunos estudios sobre países avanzados (Ciscel y Heath, 2001), donde en situaciones de vinculación formal con el mercado, es decir, a través del trabajo asalariado, el mercado habría usurpado el tiempo que disponía la familia para la recreación de redes de solidaridad o para actividades no mercantiles destinadas a los miembros familiares. En el caso estudiado, la vinculación con el mercado parte de la misma dinámica familiar y es ésta

la que impone en cierto sentido las “reglas de juego”, tanto a nivel de la producción como del consumo. Así, el mismo mercado puede haber generado condiciones para que el “equipo familiar” reactive su capital social que en otras condiciones, por ejemplo de territorios pobres con alta migración, es prácticamente imposible. El predominio de unidades productivas familiares en un territorio, genera otro tipo de comportamiento del mercado que debe en cierta forma “amoldarse” a las condiciones reales de los productores y no a las impersonales leyes de oferta-demanda. Toda esta dinámica productiva y social muestra un proceso concreto e histórico de “construcción social del mercado” que todavía no ha sido estudiado en la diversidad de territorios existentes en los países donde las relaciones sociales, las redes que se elaboran dentro y fuera de las empresas familiares, las estrategias que aparentemente toman la apariencia de individuales, representan otra forma de manifestación de cómo actúan los productores en un determinado campo social.

Conclusiones y recomendaciones

La importancia de las empresas familiares aún en los países desarrollados ha sido recientemente señalada. Así alrededor de los dos tercios de las empresas en estos países se pueden definir como familiares (incluidas entre ellas las grandes empresas) contribuirían con más del 50 por ciento del producto interno bruto (Arrègle, Durand y Very, 2004: 13). En nuestro país no disponemos de una cifra, pero dada la importancia de la economía informal y de las pequeñas empresas, ese porcentaje sería mucho más alto, seguramente mayor del 80 por ciento de las empresas formales existentes.

Lamentablemente, las estadísticas no dan cuenta de las empresas familiares pequeñas y del peso numérico y económico en la confección de textiles y en otros sectores, pero para el caso de nuestro estudio, es evidente que predominan las empresas familiares desde las pequeñas hasta las medianas y las grandes.

Resumiendo nuestros argumentos sobre el rol de las pequeñas empresas en nuestra zona de estudio, relacionados también con otros estudios similares en varias partes del mundo, podemos sostener que este tipo de empresas:

- Pueden contribuir al desarrollo económico local con la generación de empleos, capacidades (tecnológicos, administrativos, etc.) y la formación de capital (Meier, 1985: 204).

- Tienen una relación importante con la promoción del desarrollo rural sostenible, a través de la multi-ocupación en el campo y por las razones señaladas arriba en el primer punto (ver también la literatura sobre empleo rural no-agrícola o ERNA).
- Son capaces de contribuir al desarrollo nacional a través de exportaciones y encadenamientos productivos –p.e., la producción de algodón y fabricación de tela en el caso de la confección de vestuario– y pueden contribuir al ahorro de divisas.
- A menudo son espacios de relativa equidad de género, donde las mujeres logran desarrollar capacidades empresariales y convertirse en productores independientes.
- Por su capacidad de generar empleos locales, pueden frenar la migración rural-urbano (Déchaux, 1996) y en esta forma, contribuir al desarrollo más equilibrado de las zonas urbanas.
- Con frecuencia son fuentes de acumulación de varios tipos de “capital social” y “capital cultural” que favorecen el desarrollo empresarial (Bebbington, 1999; Bourdieu, 1994).
- Por todas estas razones inter-relacionadas y que se refuerzan mutuamente, pueden convertirse en motores de procesos de desarrollo socialmente “sanos” y auto-sostenidos.

De lo expuesto, se infiere que es necesario analizar el funcionamiento de las empresas familiares rurales, no sólo con referencia a su productividad y eficiencia económica, sino con referencia a sus múltiples contribuciones sociales y económicas al desarrollo local y nacional. Aunque poco estudiadas, este tipo de empresas con sus impactos positivos han estado presentes en varias partes del Ecuador, desde hace tiempo.

Es importante destacar, además de la presencia relevante de las empresas o unidades productivas familiares, es el que estas se encuentran “enraizadas” en el territorio, es decir que se generan o surgen en base a prácti-

cas familiares de varias generaciones de productores que, aprovechando los inputs de inversión en educación de los hijos, pueden mejorar a lo largo del tiempo la situación inicial. Este proceso virtuoso sólo es posible porque está nutriéndose de recursos materiales, sociales y humanos locales; de conocimientos acumulados en la familia y de tradiciones de mercado forjadas a lo largo de varias décadas (o más) en un mismo territorio.

Uno de los aspectos señalados en nuestro trabajo es que todo este rico proceso del desarrollo de la pequeña industria de confecciones se ha gestado sin una intervención explícita del Estado ni tampoco de organismos privados de desarrollo. Si alguna vez estos últimos estuvieron presentes, fue cuando el proceso ya estaba en marcha, aunque hay que reconocer que la época desarrollista sí contó con políticas de Estado de las cuales los confeccionistas de Pelileo pudieron tomar ventaja: como la protección contra importaciones, la construcción de infraestructura vial, la extensión de servicios eléctricos, etc. Al mismo tiempo, las prácticas de estos productores contradecían algunas orientaciones centrales de las políticas estatales. Siempre fueron productores pluriactivos cuando las políticas de desarrollo rural apostaban al desarrollo exclusivamente agrario, y defendieron su modelo familiar cuando se pregonaba las ventajas del asociacionismo en la producción. En otras palabras marchaban a contracorriente de las políticas públicas, que de paso demostraban que habían sido diseñadas en una forma bastante alejada de la realidad de las relaciones sociales rurales.

Sin embargo, nos parece que es tiempo de reconocer estos esfuerzos e integrarlos de una manera creativa en un nuevo diseño de políticas públicas para pequeños productores asentados en el medio rural. Lejos de ser pasivos receptores de políticas de beneficencia, ellos están aportando no sólo a la reactivación económica de los territorios, sino indirectamente a repensar los modelos de desarrollo desde dentro, es decir desde la lógica de la construcción social de los territorios. ¿Qué tipo de políticas públicas pudieran ayudar el desarrollo de las pequeñas empresas familiares que juegan un rol tan importante en la sociedad nacional y local, en nuestro caso de estudio, Pelileo, en particular?

Para empezar, podemos sugerir algo de protección contra las importaciones, lo que los confeccionistas llaman la “competencia desleal”, sin replicar los niveles exagerados de proteccionismo de antaño, medidas que

ya han sido introducidas bajo el gobierno de Rafael Correa. La protección tiene que ser estratégica y con intención específica de proteger a una cierta industria, en contraste con las políticas de protección generalizada que se solía mantener durante la época desarrollista.¹

Segundo, hay que asegurar que la Ley de Compras Pública (del año 2008) se extienda al campo para que todas las instituciones estatales piensen sus políticas de adquisiciones y compras con referencia a la posibilidad de abastecerse de la producción de empresas familiares rurales. En el caso de la confección, por ejemplo, la compra de uniformes –para escolares, militares, policía, etc.– es la más indicada.²

Tercero, respondiendo al interés que tienen los confeccionistas en la exportación, el Estado puede invertir en el desarrollo tecnológico del sector de confecciones para mejorar la calidad de los productos. Esto no necesariamente implica la creación de nuevas instituciones; más bien, se puede pensar en el fortalecimiento de las instituciones locales, como en los colegios locales y la Universidad Tecnológica de Ambato, por ejemplo.

Cuarto, la expansión del crédito a largo plazo para la adquisición de maquinaria de punta va ser necesario para el desarrollo tecnológico del sector, pero este tipo de política tiene que estar coordinado con el fortalecimiento de las capacidades de los confeccionistas para mejorar la calidad para competir tanto en los mercados nacionales como eventualmente en los internacionales. Hay que mantener tasas de interés equivalentes (no encima) de la inflación, tanto para el crédito a largo plazo (compra de maquinaria) como para el crédito a corto plazo (compra de insumos). Aquí también es necesario pensar en instituciones financieras más apropiadas para la organización de programas de crédito bien enfocados.

Quinto, una vez que existen numerosos confeccionistas capaces de competir en los mercados internacionales, con productos de la misma calidad, será necesario pensar en la organización para la exportación. Las

1 Supeditar la política comercial a una política de desarrollo local e industrial, y no al revés, es el cambio de política que se necesita, un punto enfatizado en el importante trabajo de Rodrik (2007).

2 Hay que asegurar que los acuerdos comerciales internacionales no limiten el “espacio de políticas” para llevar a cabo el trato preferencial del empresas nacionales en la compra pública. Los acuerdos comerciales recientes excluyen políticas de este tipo con el argumento que tales prácticas son “discriminatorias” en contra de los productores extranjeros.

empresas familiares de Pelileo, por la mayor parte, no pueden producir cantidades suficientes de prendas de una calidad suficientemente alta para involucrarse en la exportación a sí solas; los confeccionistas necesariamente tienen que organizarse para lograr mantener un cierto nivel de producción y de cierta calidad homogénea entre ellos³. Pero, hay que reconocer que la preparación para la exportación exitosa va tomar varios años de trabajo; mientras tanto, los productores de Pelileo van a depender de la salud de la economía nacional, específicamente de la capacidad de compra de ropa por parte de los sectores populares y medios que forman la mayoría del mercado.

Sexto, los comerciantes y productores de telas y también los confeccionistas se quejan amargamente del contrabando que ha crecido de una manera descomunal en los últimos años. Claramente se necesita fortalecer sistemas de control estatal en las fronteras y en las aduanas para disminuir este tipo de actividad ilegal.⁴

Estas políticas, *mutatis mutandis*, tienen relevancia para la industria nacional manufacturera en general y especialmente para todos los territorios donde ya funcionan grupos de pequeñas empresas en el mismo sector: por ejemplo, los productores de artículos de cuero en Quisapincha en la provincia de Tungurahua y Cotacachi en la provincia de Imbabura, los productores de muebles de madera en Huambaló, en el mismo cantón de Pelileo o los numerosos productores de zapatos en varios pueblos de Tungurahua. Adicionalmente, la historia del surgimiento de la industria de jeans muestra la relevancia del acceso a la tierra como base para la diversificación económica, fuente de seguridad alimentaria y hasta de ingresos adicionales, garante para préstamos bancarios, y fundamento para una estructura social rural sana e igualitaria. Por ende resalta la importancia de revitalizar las políticas de reforma agraria en el país sin levantar temores

3 Tendler (1997) ofrece un análisis muy relevante de los programas exitosos de un gobierno estatal brasileño (Ceará en el nordeste del país) en la promoción de la manufactura de muebles de buena calidad por empresas familiares pueblerinas para compra por parte de las instituciones del Estado, la extensión de servicios para los agricultores, y el mejoramiento de los servicios de salud pública.

4 Queremos agradecer a nuestros colegas economistas de la Universidad de York –Ricardo Grinspun y Louis Lefebvre– por sus sugerencias con referencia a políticas apropiadas de apoyo para los confeccionistas de Pelileo en estos tiempos difíciles de la globalización.

sobre los efectos nocivos de la minifundización. El caso de Pelileo, y posiblemente de otras partes de Tungurahua y del país, muestra que el rol positivo o negativo del minifundio no puede ser medido simplemente con referencia a la eficiencia económica, estrechamente concebida; más bien, tiene que ser medida con referencia al conjunto de las relaciones económicas y sociales de las sociedades rurales.⁵

Y finalmente, hay que escuchar bien a los mismos confeccionistas. Ellos tienen capacidades y experiencias invaluableles para ayudar al diseño de políticas apropiadas para el sector.

5 Vale la pena acordarse de que el minifundio productivo forma parte de la experiencia exitosa de desarrollo socio-económico de varios países asiáticos, Taiwan y Korea del sur entre ellos (North en North y Cameron, 2008, capítulo 1).

Bibliografía

- Acosta, Alberto (2002). *Breve Historia Económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Arrègle, Jeans-Luc, Rodolphe Durand et Philippe Very (2004). Origines du capital social et avantages concurrentiels des firmes familiales. *M@n@gement* 7 (1):13-36.
- Becattini, Giacomo (2005). *La oruga y la mariposa. Un caso ejemplar de desarrollo en la Italia de los distritos industriales. Prato (1954-1993)*. España: Universidad de Valladolid.
- Bagnasco, Arnaldo (2003). “Teoría del Capital Social y *political economy* comparada”. En *El Capital Social. Instrucciones de uso, Bagnasco et alii*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2000). “Nacimiento y transformación de los distritos industriales”. En *Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo*, coord. Marcello Carmagnani y Gustavo Gordillo de Anda. México: Fondo de Cultura Económica-El Colegio de México.
- Banco Central del Ecuador (2006). “Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial, Enero-Diciembre 2006”. Quito: Dirección General de Estudios.
- Bebbington, Anthony (1999). Capitals and Capabilities: A Framework for Analyzing Peasant Viability, Rural Livelihoods and Poverty. *World Development* 27 (12): 2021-2044.

- Bridsall, Nancy, David Ross y Richard Sabot (1995). "Inequality as a Constraint on Growth in Latin America." En *Social Tensions, Job Creation and Economic Policy in Latin America*, David Turnham, Foy Colm y Guillermo Larraín, eds. Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD).
- Booth, John A. (1990). "Costa Rica: The Roots of Democratic Stability". En *Democracy in Developing Countries: Latin America*, eds. Larry Diamond, Juan J. Linz, y Seymour Martin Lipset. Boulder, Colorado: Lynne Rienner.
- Bourdieu, Pierre (1993). A propos de la famille comme catégorie réalisée. *Actes de Recherche en Sciences Sociales* 100 (1): 32-36.
- _____ (1994). *Raisons Pratiques*. Paris: Editions du Seuil.
- _____ (1999). *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- _____ (2000). *Les structures sociales de l'économie*. Paris: Éditions du Seuil.
- _____ (2001). El capital social. Apuntes provisionales. *Zona Abierta* 94/95. Madrid, pp. 83-87.
- _____ (2006). *Argelia 60. Estructuras económicas y estructuras temporales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Bromley, Rosemary D.F (1980). El papel del comercio en el crecimiento de las ciudades de la Sierra Central del Ecuador, 1750-1920. *Revista Interamericana de Planificación*, Vol XIV, N° 55-56, pp. 73-91.
- Brunet, Ignasi y Alarcón, Amado (2004). "Teorías sobre la figura del emprendedor". *Papers*, N° 73, pp. 81-103.
- Camacho, Gloria y Mercedes Prieto (1997). Género y Desarrollo Rural: manual de autocapacitación para operadores de proyectos." Quito: Dirección de la Mujer-MBS (Ministerio de Bienestar Social).
- Capecci, Vitorio (1990). "La economía informal y el desarrollo de la especialización flexible en Emilia Romagna". En *La economía informal. En los países desarrollados y los menos avanzados*, ed. Alejandro Portes. Buenos Aires: Ed. Planeta.
- Champagne, Patrick (2002). L'heritage refusé. La crise de la reproduction sociale de la paysannerie française 1950-2000. Paris: Editions du Seuil.

- Chang, Ha-Joon (2007). *Bad Samaritans: Rich Nations, Poor Policies, and the Threat to the Developing World*. London: Random House Business Books.
- Chiriboga, Manuel (1988). “La reforma agraria ecuatoriana y los cambios en la distribución de la propiedad agrícola, 1974-1985”. En P. Gondard et al, *Transformaciones Agrarias en el Ecuador, Geografía Básica del Ecuador*, Tomo V, *Geografía Agraria*, Quito: IPGH-CEDIG-ORSTOM-IGM.
- _____ (2008). “El papel de las instituciones en territorios sujetos a acciones de reforma agraria”. En *Territorios en mutación: repensando el desarrollo desde lo local*, comp. Luciano Martínez Valle. Quito: FLACSO y Ministerio de Cultura.
- Ciscel, David H. y Julia A. Heath (2001). To market, to market: Imperial capitalism’s destruction of social capital and the family. *Review of Radical Political Economics* 33: 401-414.
- Colloredo-Mansfeld, Rudi y Jason Antrosio (2005). Modes of Economic Cooperation after Currency Collapse: Ecuador’s Textile Trades in the Era of the Dollar. *Draft*, November.
- Couralt, Bruno (2000). Districts italiens et PME-systèmes français. *La Lettre* 61, février, pp. 1-10.
- Dávalos, M.V (1996). “Censo Empresarial en Pelileo. Documento Elaborado como parte del Estudio Pelileo, un Distrito Empresarial”. Quito: INSOTEC (diciembre), mimeo.
- Déchaux, Jeans-Hugues (1996). Famille et solidarité. *Sciences Humaines, Hors serie* 13, mai/juin, pp. 32-35.
- Deininger, Klaus and Lyn Squire (1998). New ways of looking at old issues: inequality and growth. *Journal of Development Economics* 57 (2): 259-287.
- Dirven, Martine (2004). El empleo rural no agrícola y la diversidad rural. *Revista de la CEPAL* 83, Agosto, pp. 49-69.
- Dufy, Caroline et Weber, Florence (2007). *L’ethnographie économique*, Paris: Éditions La Découverte.
- El Comercio (2007). “La posible subida de aranceles no beneficia a todos los sectores”. Quito, 18 de octubre.

- Fahey, Tony (2002). The family economy in the development of welfare regimes: a case study. *European Sociology Review* 18 (1): 51-64.
- Febres Cordero, Valentina (2007). Contrabando afecta al industrial textil y también al artesano otavaleño. *Gestión* 158 (septiembre).
- Ferranti, David de, Guillermo Perry, Francisco H.G. Ferreira y Michael Walton (2003). *Inequality in Latin America and the Caribbean: Breaking with History?* Advance conference edition. Washington, D.C.: World Bank Latin American and Caribbean Studies, october.
- Fligstein, Neil (2001). "Le mythe du marché". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 139 (3): 3-12. Paris.
- Forster, Nancy R. (1990). "The Struggle for Land and Livelihood: peasant differentiation and survival during the agrarian transition in Tungurahua, Ecuador". Tesis Doctoral. Wisconsin: University of Wisconsin, Madison,
- FUT, CEDIME y IIE-UC (1984). La Producción Textil en el Ecuador. *Trabajo y Sociedad* 1 (1) agosto.
- García, Nancy, María Eugenio y Nancy Navarrete (1993). "Producción y comercialización del jeans en el cantón Pelileo y su incidencia en los ámbitos de su geografía económica". Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato.
- Guerrero, Fernando (1983). "Economía y estructura de poder en las comunidades campesinas: el caso de los Chibuleos", Tesis de licenciatura. Quito: PUCE.
- Guevara Mayorga, Darío (1945). *Puerta de El Dorado: Monografía del cantón Pelileo*, Quito: Imprenta Moderna.
- Granovetter, Mark (2000). *Le marché autrement*. Paris: Desclée de Brouwer.
- Hamilton, Sarah (1998). *The Two-Headed Household: Gender and Rural Development in the Ecuadorean Andes*. Pittsburgh, PA: Pittsburgh University Press.
- Ibarra, Hernán (1987). "Tierra, mercado y capital comercial en la sierra central. El caso Tungurahua (1850-1930)". Tesis de Maestría, Quito: FLACSO,
- INEC (2001). VI Censo de población y V de vivienda.

- Jácome, Hugo, Fernando Martín-Mayoral y Marcelo Varela (2008). *Análisis de coyuntura económica: una lectura de los principales componentes de la economía ecuatoriana durante el año 2007*. Quito: ILDIS-Friedrich Ebert Stiftung / FLACSO.
- Korovkin, Tanya, comp. (2004). *Efectos sociales de la globalización: petróleo, banano y flores en Ecuador*. Quito: CEDIME / Ayba Yala.
- Kriedte, P., H. Medick y J. Schlumbohm (1986). *Industrialización antes de la industrialización*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Lanjouw, Peter (1998). Ecuador's Rural Nonfarm Sector as a Route Out of Poverty *Policy Reserch Working Paper* 1904. Washington D.C.: The World Bank Development Research Group (marzo).
- Lanusse, José Antonio (1993). *Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador*. Quito: INSOTEC, Serie Cuadernos de Trabajo.
- Larrea, Carlos (1992). “The Mirage of Development: Oil, Employment, and Poverty in Ecuador (1972-1990)”. Doctoral Thesis, Graduate Program in Social and Political Thought. Toronto: York University.
- Larrea, Carlos (2004). *Pobreza, dolarización, y crisis en el Ecuador*. Quito: ILDIS/ AbyaYala/ IEE/ FLACSO.
- _____ (2006). *Hacia una historia ecológica del Ecuador. Propuestas para el debate*. Quito: Corporación Editora Nacional/ ECOCIENCIA/ Universidad Andina Simón Bolívar.
- _____ (s/f). “La pequeña y mediana empresa en el contexto de apertura comercial, ajuste y crisis en el Ecuador”. Quito, trabajo no publicado.
- _____, coord. (2007). *Pueblos indígenas, desarrollo humano y discriminación en el Ecuador*. Quito: Abya Yala / Universidad Andina Simón Bolívar.
- Larrea, Carlos (coord.), Renato Landín, Ana Isabel Larrea, Wladimir Wrborich y Rosario Fraga (2008). “Mapas de pobreza, consumo por habitante y desigualdad social en el Ecuador: 1995-2006”. Santiago, Chile: Documento de Trabajo No. 13, Programa Dinámicas Territoriales Rurales, Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Larrea, Carlos, Ana Isabel Larrea y Ana Lucía Bravo (2008). “Petróleo, sustentabilidad y desarrollo en la Amazonía norte ecuatoriana: Dile-

- mas para una transición hacia una sociedad post-petrolera”. Versión preliminar.
- Lyons, Barry J. (2006). *Remembering the Hacienda. Religion, Authority and Social Change in Highland Ecuador*. Austin: University of Texas Press.
- Martínez Valle, Luciano (1994). *Los campesinos-artesanos en la Sierra Central: el caso de Tungurahua*. Quito: CAAP-Centro Andino de Acción Popular.
- _____ (2000). *Economías rurales: actividades rurales no-agrícolas en Ecuador*. Quito: CAAP.
- _____ (2003). Capital social y desarrollo rural. En, *ICONOS 16*. Quito: Flacso. Mayo.
- M.A.E. (1971). Tipología de la provincia de Tungurahua. Quito, mimeo.
- Meier, Peter C. (1985). “El artesano ecuatoriano: situación actual, estrategia de supervivencia, y perspectivas de desarrollo”. En *La Economía Política del Ecuador: campo, región, y nación*, ed. Louis Lefebvre. Quito: Corporación Nacional Editora/ FLACSO/ CERLAC.
- Moreno, Segundo (1984). *Sublevaciones indígenas en la Audiencia de Quito*. Quito: EDUC.
- Naranjo, Marcelo, coord. (1992). *La cultura popular en el Ecuador, Tomo VII, Tungurahua*. Quito: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP).
- North, Liisa L. (2008). “Diversificación rural endógena. Empresas textiles familiares en Pelileo, Tungurahua”. En *Desarrollo rural y neoliberalismo. Ecuador desde una perspectiva comparativa*. Liisa L. North y John D. Cameron. Quito: Corporación Editora Nacional y Universidad Andina Simón Bolívar.
- Núñez, Ramiro (2006). “La era de los ‘jeans’ empezó un carnaval”. *El Comercio*. Quito, 12 de febrero.
- Oleas, Julio (2006). El consumo, espejo de una sociedad desigual. *Gestión* 147 (septiembre).
- Paige, Jeffery M. (1997). *Coffee and Power: Revolution and the Rise of Democracy in Central America*. Cambridge: Harvard University Press.
- Paz Vela, María de la (2006). Remesas: motivo para emigrar, motor para la economía”. *Gestión* 148, octubre.

- Pecqueur, Bernard (2000). *Le développement local*. París: Éditions La Découverte & Syros.
- Pizzorno, Alessandro (2003). “Porqué pagamos la nafta. Por una teoría del capital social”. En *El Capital Social. Instrucciones de uso. Bagnasco et alii*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Polanyi, Karl (2000). *La gran transformación*. México: Juan Pablos Editor. S.A.
- Portes, Alejandro (1995). “Paradojas de la economía informal: sus bases sociales a nivel mundial”. En *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*. Alejandro Portes. México: FLACSO-México/ Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- PNUD (1999). Informe Sobre Desarrollo Humano. Ecuador 1999. Quito: PNUD.
- Revista Vistazo (2005). “Ropa Usada” No. 902, Marzo 17.
- _____ (2008a). “Ahora sí Internacional”, No. 972, febrero 14.
- _____ (2008b). “¿Indígenas en las FARC?”, No. 972, febrero 14.
- Rodrigues, Jorge Nascimento (2003). “S.C.Johnson: la empresa familiar 2002”. www.mujeresdempresa.com
- Rodrik, Dani (2007). *One Economics, Many Recipes. Globalization, Institutions and Economic Growth*. Prienceton y Oxford: Princeton University Press.
- Samaniego Ponce, Pablo (1993). *Situación de la industria ecuatoriana en los 80*. Quito: INSOTEC.
- Sarraceno, Elena (2007). “Políticas rurales de la Unión Europea y proyectos territoriales de identidad cultural”. En *Revista Opera* 7, CIPE, Universidad Externado de Colombia, Vol. 7, Nº 7, pp. 167-189.
- Schejtman, Alexander (1994). Agroindustria y transformación productiva de la pequeña agricultura. *Revista de la CEPAL* 53: 147-157. Agosto.
- _____ (1999). Las dimensiones urbanas en el desarrollo rural. *Revista de la CEPAL* 67: 15-32. Abril
- Schultz, Theodore W. (1986). The changing economy and the family. *Journal of Labor Economics* 4 (3) Part 2: The Family and the Distribution of Economic Rewards, July: 278-287.

- (1992). *Restablecimiento del equilibrio económico*. Los recursos humanos en una economía en proceso de modernización. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Stauffer, Bernard (2000). D'une société paysanne à un district industriel. *Socio-Anthropologie* 7, 15, janvier. <http://socio-anthropologie.revues.org/index/03.html>
- Consultado el 24 de mayo, 2009.
- Tapia, Luis (2007). Mercado de trabajo: ¿cambios o contradicciones? *Gestión* 143, mayo.
- Tendler, Judith (1997). *Good Government in the Tropics*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Thorp, Rosemary (1998). *Progreso, pobreza y exclusión: una historia económica de América Latina en el siglo XX*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo (BID) / Comunidad Europea.
- Trigilia, Carlo (2003). "Capital social y desarrollo local". En *El capital social. Instrucciones de uso*. Bagnasco et alii. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Vos, Rob (1987). *Industrialización, empleo y necesidades básicas en el Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional/ CS/ FLACSO.
- Weber, Florence (2000). Transactions marchantes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le grand partage. *Genèses* 41: 85-107, décembre.
www.cairn.info/revue-geneses2000-4.htm
- Consultado el 24 de mayo, 2009.
- Winson, Anthony (1989). *Coffee and Democracy in Modern Costa Rica*. Toronto, ON.: Between the Lines.
- Wilson, Patricia A. (1995). Reconociendo la localidad en el desarrollo económico local. *Revista Interamericana de Planificación, SIAP* XXVIII (110): 9-29. México, abril-junio.

Este libro se terminó de
imprimir en junio de 2009
en la imprenta Crearimagen.
Quito, Ecuador