



Detalles sobre la publicación, incluyendo instrucciones para autores e información para los usuarios en: <http://espacialidades.cua.uam.mx>

Marcelo Cruz

Economías situadas (*place based economies*): aprendizaje de dos ciudades andinas ecuatorianas

p. 60 - 94

Fecha de publicación en línea: 10 de febrero del 2013

Para ligar este artículo: <http://espacialidades.cua.uam.mx>

© Marcelo Cruz (2013). Publicado en espacialidades. Todos los derechos reservados. Permisos y comentarios, por favor escribir al correo electrónico: revista.espacialidades@correo.cua.uam.mx

Espacialidades, Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura. Volumen 3, No.1, enero-junio de 2013, es una publicación semestral de la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de la Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Ciencias Sociales. Prolongación Canal de Miramontes 3855, Col. Ex-Hacienda San Juan de Dios, Delegación Tlalpan, C.P. 14387, México, D.F. y Baja California 200, Col. Roma Sur, Delegación Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06760. Página electrónica de la revista: <http://espacialidades.cua.uam.mx/> y dirección electrónica: revista.espacialidades@correo.cua.uam.mx. Editora responsable: Esperanza Palma. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título número 04-2011-061610480800-203, ISSN: 2007-560X, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho del Autor. Responsable de la última actualización de este número: Guillén Hiram Torres Sepúlveda, Calle K, MNZ. V núm. 15, Colonia Educación, Delegación Coyoacán, C.P. 04400, México, D.F.; fecha de última modificación: 1 de mayo de 2013. Tamaño de archivo 1.3 MB.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del comité editorial.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

Directorio

RECTOR GENERAL: Dr. Enrique Fernández Fassnacht

SECRETARIA GENERAL: Mtra. Iris Santacruz Fabila

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa

RECTOR: Dr. Arturo Rojo Domínguez

SECRETARIO DE UNIDAD: Mtro. Gerardo Quiroz Vieyra

División de Ciencias Sociales y Humanidades

DIRECTOR: Dr. Mario Casanueva López

JEFE DE DEPARTAMENTO: Dr. Alejandro Mercado Celis

Revista Espacialidades

DIRECTORA: Dra. Esperanza Palma Cabrera

ASISTENTE EDITORIAL: Mtra. Pilar Velázquez Lacoste

ADMINISTRACIÓN DEL SITIO WEB: Guillén Torres

EDICIÓN TEXTUAL Y CORRECCIÓN DE ESTILO: Hugo Espinoza Rubio

DISEÑO GRÁFICO: Jimena de Gortari Ludlow

FOTOGRAFÍA DE LA PORTADA: Alejandro Mercado Celis

COMITÉ EDITORIAL: Dr. Jorge Galindo (UAM-C), Dr. Enrique Gallegos, (UAM-C), Dra. María Moreno (UAM-C), Dr. Alejandro Araujo (UAM-C), Dr. José Luis Sampedro (UAM-C), Dr. Enrique R. Silva (Universidad de Boston), Claudia Cavallin, (Universidad Simón Bolívar, Venezuela), Dra. Estela Serret Bravo (UAM-A), Dr. Víctor Alarcón (UAM-I).

COMITÉ CIENTÍFICO: Dr. Tito Alegría (Colegio de la Frontera Norte), Dra. Miriam Alfie (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa), Dr. Mario Casanueva (Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa), Dra. Claudia Cavallin (Universidad Simón Bolívar, Venezuela), Dr. Humberto Cavallin (Universidad de Puerto Rico), Dra. Flavia Freidenberg (Universidad de Salamanca, España), Dra. Clara Irazábal (Columbia University, Estados Unidos), Dr. Jorge Lanzaro (Universidad de la República, Uruguay), Dr. Jacques Lévy (École Polytechnique Fédérale de Lausanne, Francia), Scott Mainwaring (University of Notre Dame, Estados Unidos), Miguel Marinas Herrera (Universidad Complutense, España), Edward Soja (University of California, Estados Unidos), Michael Storper (London School of Economics, Reino Unido).

Economías situadas (*place based economies*): aprendizaje de dos ciudades andinas ecuatorianas

MARCELO CRUZ*

RESUMEN

En este artículo examinamos dos ciudades pequeñas de Ecuador, donde sectores privados y públicos locales, así como organizaciones nacionales e internacionales han realizado esfuerzos para apoyar su desarrollo, a través de iniciativas basadas en la competitividad. La globalización económica neoliberal se asimila con la inseguridad de los mercados competitivos locales. Sin embargo, los encargados de la toma de decisiones de la política económica no fomentan la competencia ni la ventaja competitiva. La primera se relaciona con conocimientos prácticos individuales; en tanto que la ventaja competitiva requiere de cooperación para mejorar factores subyacentes que beneficien a grupos de firmas en su conjunto. Esta cooperación reafirma los conocimientos locales, creando una identidad local y una economía solidaria. En este trabajo se examina la potencia de “lugar” como un posible contexto teórico que vincula estrategias de desarrollo económico sustentable con la localidad.

Palabras clave: planificación urbana, economía urbana, geografía urbana, Andes ecuatorianos.

ABSTRACT

We will examine two small cities in Ecuador and the effort taken by private and public, local, national and international sectors to support their development through initiatives based on market competition. The globalized neoliberal economy has have has left local competitive markets with much insecurity. However, economic policy makers do not tout competition as much as competitive advantage. As competition relates to rational individuals, competitive advantage requires cooperation, with the objective to improve underlying factors that benefit group or cluster of firms. This cooperation reaffirms local knowledge creating at the same time a local identity and an economy that promotes solidarity.

Key Words: urban planning, urban economics, urban geography, cultural commons, Ecuadorean Andes.

Fecha de recepción: 29/05/2012

Fecha de aceptación: 25/10/2012

Introducción

En este artículo examinamos dos ciudades pequeñas de Ecuador, donde sectores privados y públicos locales, así como organizaciones nacionales e internacionales, han realizado sendos esfuerzos para apoyar su desarrollo, a través de iniciativas basadas en la competitividad. La globalización económica

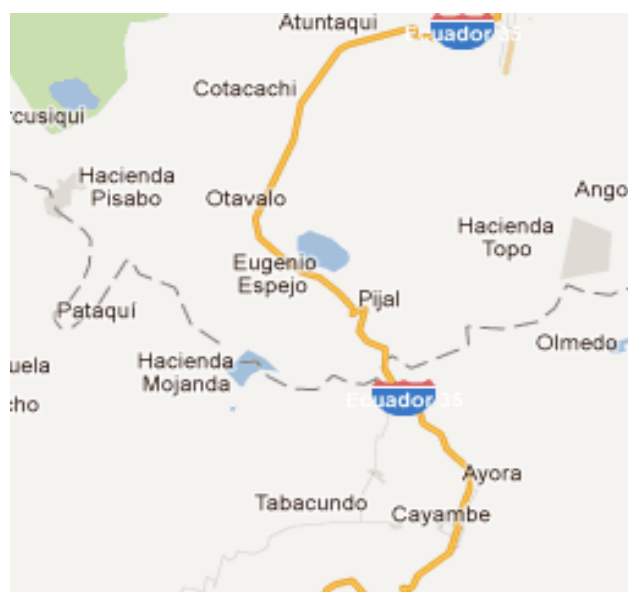
neoliberal se asimila con la inseguridad de los mercados competitivos locales. Sin embargo, encargados de la toma de decisiones de la política económica no fomentan la competencia ni la ventaja competitiva. La primera se relaciona con conocimientos prácticos individuales; mientras que la segunda requiere de cooperación para mejorar factores subyacen-

* Universidad de Wisconsin, Green Bay. Correo electrónico: <cruz@uwgb.edu>.

tes que beneficien a grupos de firmas en su conjunto. Esta cooperación reafirma los conocimientos locales, creando a su vez una identidad local.

Las políticas aplicadas en Ecuador para generar ventajas competitivas se fundamentaron en la creación de *clusters* industriales. La ciudad de Atuntaqui, ubicada en la provincia de Imbabura, al norte de Quito, aplicó la idea de *clusters* por medio de la unión de firmas para trabajar con consultores internacionales y con el Ministerio de Industria. La economía de esta

localidad ha mejorado, y la riqueza muestra signos de consolidación. Ahora el reto radica en mantener la ventaja competitiva y no perder ésta en el mercado globalizado. El otro caso de comparación es la economía de tipo artesanal, mecanizada e indígena en la ciudad de Otavalo, también ubicada en la provincia de Imbabura.



La exploración del desarrollo de Otavalo ha generado un conjunto de recursos comunes, anclados en una plaza de mercado; se argumenta que la mejor manera de comprender esta economía como un espacio cultural o como lo que en la bibliografía especializada se denomina *cultural commons* (Gudeman, 2001; Lessig, 2001; McCay, 2002; Nonini, 2007; Acheson, 1989; Acheson y Gardner, 2004). La experiencia de ambas ciudades muestra que el desarrollo económico debe tomar medidas explícitas para defender estos espacios cultura-

les, si se busca que las ganancias de la cooperación estratégica sean sostenibles en el largo plazo.

Sin embargo, en las provincias de América Latina, las nuevas realidades del capitalismo no llegan con el resplandor de grandes pagos, ni con la ciencia de los mercados. Más bien aquí el futuro de los medios de vida se aborda en los talleres donde se enseña a los competidores los conceptos de unidad y colaboración. Por lo tanto, en una era de libre comercio, los economistas y ministros de indus-

tria no promueven la competencia ni la ventaja competitiva (Porter, 1998). Se considera que la competencia requiere un conocimiento individual y la respectiva experiencia; en cambio, la ventaja competitiva consiste en los factores subyacentes que mejoran la posición de grupos enteros de las empresas. Esta distinción conceptual ha puesto en marcha programas respaldados por el gobierno mediante alianzas de cooperación estratégica, gracias a lo cual las comunidades económicas locales han llevado a la práctica esos conceptos (Wolfe y Lucas, 2005).

En Ecuador, Atuntaqui simboliza la recompensa cómo se hace lo correcto. En cambio, los problemas de Otavalo son un recordatorio de cómo los beneficios del emprendimiento competitivo se disgregan, precisamente cuando el liberalismo pro mercado recomienda que se defiendan esa competitividad. La historia reciente de estos pueblos plantea una cuestión compleja: ¿qué mantiene activos a unos competidores y por otra parte se destruye el valor de lo que crean otros a través de sus interacciones? Específicamente, ¿son posibles en la creatividad las habilidades y recursos generados mediante una serie de esfuerzos de los productores por permanecer anclados en lugares, como las pequeñas ciudades andinas, incluso presionados por la globalización?

Estudios de caso de pequeños *clusters* o agrupaciones industriales en los países en desarrollo demuestran el poder de la agrupación, a la vez que subrayan su carácter impre-

visible. La actividad de los fabricantes de prendas de vestir en Lima, Perú, por ejemplo, creció con fuerza en los años ochenta, y luego se estancó en la década siguiente (Vesser, 2000).

En Brasil, en los años setenta, un conjunto de empresas exportadoras de calzado se transformó para incluir, en los noventa, otras grandes empresas con presencia internacional (Schmitz, 1995).

Por otra parte, *clusters* africanos relativos a la pesca y operaciones similares, pusieron en marcha empresas con esa misma tendencia (Mitullah, 1999). Schmitz y Nadvi (1999) argumentan que estas variaciones no debilitan la importancia del conglomerado o *cluster*, sino que más bien ponen de relieve la potencia de la acción conjunta, cuidadosamente concebida. Empero, si la coordinación entre los productores resuelve los problemas de las materias primas o la escasez de mano de obra calificada, esa acción en común sigue dejando sin resolver cómo se concreta la promesa de un *cluster*: para estabilizar y reproducir una “cultura de la productividad” a través del tiempo (Porter, 2000).

Este estudio analiza la fortaleza del concepto “lugar”, como un posible contexto que vincula estrategias de desarrollo económico con la localidad que sea sustentable. Sostengo que estos ejemplos de los Andes ecuatorianos ofrecen un modelo alternativo de una plausible economía con base en el concepto de lugar. En reemplazo del *cluster* industrial, el modelo se considera mayor como un patrimonio cultural común. En contraste con la visión

de un grupo de cooperación, diseñada para determinados objetivos económicos, desde una perspectiva de bienes comunes (*commons*), la cual pone en su centro, en tanto recurso compartido, explotable, así como la administración necesaria para generar ese patrimonio común.

Llegamos a la idea de un bien común en medio del renacimiento del concepto. Los especialistas ahora escriben sobre los bienes comunes digitales, los bienes comunes científicos y los bienes comunes de la salud, así como bienes naturales comunes (Lessig, 2001; Nonini, 2007). Al conjuntar estos dominios diferentes por medio de sola idea, llama la atención una tesis central: que los grupos sociales sobreviven, en parte gracias al conocimiento y los recursos entregados a ellos, aparte de que deben mantener un fideicomiso para la próxima generación. En gran medida este trabajo, que los investigadores comparan con las virtudes de los bienes comunes ante la voracidad del mercado. Es decir, se advierte que los diferentes tipos de dominios públicos corren el riesgo de sucumbir a las adquisiciones corporativas, que el uso común se está perdiendo ante el imparable beneficio privado y que la privatización aparta o relega el manejo que puede llevar a cabo la comunidad.

Este artículo intenta franquear la aparente oposición de mercado y bienes comunes. Aquí se describe de qué forma un mercado regional funciona como un bien común de tres maneras fundamentales: 1) los competidores, que de hecho no cooperan sistemáticamente,

ya que combinan la imitación y la innovación para cogenerar un valor económico compartido; 2) bienes comerciales y lugares de producción, que a través de la competencia llegan a ser culturalmente marcados y defendidos como patrimonio comunitario y 3) los mercados que han elaborado e introducido productos distintivos identificados con el pueblo y el lugar fracasan de igual manera que como ocurre con algunos bienes comunes, a través de la sobreexplotación, los *free riders* y la incursión de los recién llegados. De hecho, regulado por convenciones culturales y por las asociaciones voluntarias, el éxito de un espacio común económico es precario. Con la promoción del *cluster* industrial por parte del gobierno nacional, los bienes comunes enfrentan una nueva amenaza.

Aquí se habla de la preocupación por el hecho de mostrar esta vulnerabilidad, asimismo se argumenta que los contrastes entre las agrupaciones industriales (*clusters*) y los bienes comunes no deben ser desmedidos; si hay diferencia, no se oponen. Ambas tienen que ver cómo la competencia comercial se consolida en colectividades de autogestión en el desarrollo económico y cultural. Ambos implican la búsqueda de un equilibrio entre la competencia y la cooperación, de igual modo ambos ven las conexiones entre la productividad económica y las identidades colectivas. Sin embargo, desde la perspectiva de los bienes comunes, esto va más allá. Se reconoce el valor de los recursos económicos acumulados en el ámbito de la comunidad y destaca el pa-

pel político que las comunidades desempeñan en su defensa.

La estructura de este trabajo es la siguiente: en la primera parte se describe cómo los productores de ropa de Atuntaqui transitaron de una cooperación pasiva a una activa, para abrazar ávidamente un modelo de agrupación o conglomerado industrial (*cluster*). Esto contrasta con la segunda parte del artículo, en la cual se examina el caso de Otavalo, donde la economía artesanal mecanizada desarrolla la idea alternativa de un patrimonio común de mercado. Después se documentan sucesos recientes en Atuntaqui, donde se halla un modelo de bienes culturales comunes, lo que ayuda a explicar los patrones de las inversiones privadas y cívicas en Atuntaqui. Por último, se abre la posibilidad de vincular este análisis a un tema más amplio del pensamiento de América Latina, en el que se hable de las estrategias de supervivencia vinculadas territorialmente.

Los casos de Atuntaqui y Otavalo, Ecuador

En 2001, un pequeño grupo de productores textiles lanzaron la nueva exposición de comercio Expoferia en Atuntaqui, ciudad andina ubicada en la provincia de Imbabura. En Ecuador, por lo general los fabricantes de todos los sectores reaccionaron negativamente ante la dolarización de la economía. El abandono de la moneda nacional y las reformas fiscales relacionadas condujeron a muchas pequeñas empresas textiles, de muebles y otros peque-

ños negocios, a la bancarrota. Sin embargo, los productores en Atuntaqui trabajaron con una energía renovada.

Respaldados por la prensa nacional, a través de una campaña promocional, la Expoferia atrajo a casi veinte mil personas en su primer año. Estos fabricantes de textiles comenzaron una ola de construcción, abriendo nuevos salones de exhibición (*showrooms*) ubicados en la avenida principal de la ciudad. La promoción de la moda de Atuntaqui ahora está entre los más conocidos productos nacionales, como los plátanos y las flores. Otros municipios han mandado delegaciones para ver y aprender de Atuntaqui.

La Expo Atuntaqui 2012 se realizó en febrero, fue el evento más importante del año. La Feria de Textiles y el Vestido de Ecuador es un escaparate de la producción textil, donde los visitantes exhiben una gran variedad de elementos de calidad y diseño. Este año, la Expo Atuntaqui contó con más de cuatrocientos expositores, con 140 expositores de textiles, artesanías, gastronomía y mucho más. Atuntaqui se ha convertido en el más importante centro textil en Ecuador, ya que resulta un atractivo turístico y dinamiza la economía de la provincia de Imbabura, además de servir de ejemplo, a escala nacional e internacional, del trabajo en equipo entre los sectores público y privado.

El éxito de la comunidad de Atuntaqui se basa en la creación de un *cluster* o grupo de asociaciones unidas para mejorar la capacidad de crear y construir estructuras económi-

cas locales, así como cambiar la mentalidad de la comunidad. En la bibliografía especializada, la definición de *cluster* es de empresas empuñadas en mantener relaciones de comercio con cada una de éstas, con proveedores de servicios y conocimientos especializados, con la infraestructura adecuada para gobiernos y consumidores (Wolfe y Lucas, 2005). Pero en Atuntaqui el *cluster* se convirtió en un gesto de solidaridad. La transformación en una ciudad por sus productos textiles en 1965 a un *cluster* textil en 2005 merece un análisis más profundo.

En los años sesenta, la fábrica de Textiles Imbabura empleaba aproximadamente seiscientos trabajadores y dominaba la economía local, pero en ese entonces ya no era provechoso. Con el colapso de la fábrica, se generó una fuerza de trabajo desocupada, con una alta capacidad en la elaboración de tejidos. Mientras tanto, en las cercanías de Otavalo, uno de los éxitos de los Andes de la iniciativa empresarial competitiva se desarrollaba poco a poco. Desde los años cuarenta, quechuahablantes oriundos de Otavalo, dedicados a tejer y vender sus productos, se agruparon en un mercado provincial, en un centro de crecimiento comercial y de innovación cultural. A mediados de los noventa, nueve empresas de transporte aéreo de carga operaban en Otavalo, enviando más de mil quinientas toneladas de mercancías al año (Meisch, 2002). El producto más popular, los suéteres tejidos a mano, recaudó más de quince millones de dólares al año. La dolarización de la economía

nacional, sin embargo, eliminó las ventajas de las divisas y quedó expuesto al mercado de las importaciones baratas. A pesar de unas pocas transacciones, han empezado de nuevo a expandirse; es decir, los productos han sobrevivido. En 2005, los dirigentes artesanales participaron en el programa patrocinado por el gobierno nacional, denominado Evaluación Participativa de la Ventaja Competitiva, con la esperanza, en parte, de utilizar las ideas aplicadas en Atuntaqui para restaurar las ventas en Otavalo.

Estos ejemplos de la economía en los Andes ecuatorianos revelan una dimensión social del capitalismo neoliberal, en gran medida ignorados en la crítica especializada. Algunos estudios antropológicos, por ejemplo, insisten en que los mercados locales, impulsados por los mercados mundiales, se consideran amorales y despiadados. Gran parte de esta crítica especializada sugiere que el capitalismo moderno se ha vuelto tan caprichoso, por lo que se desprende de los mundos sociales de producción, que se ha convertido en una fuerza oculta. El nuevo espíritu del capitalismo no es la ética protestante de Weber, sino en un agente de la oscuridad exterior, sin ningún disfraz, sino con un empuje racionalizado para la eficacia económica, que golpea al azar para bien o para mal, con su propia lógica (Camaroff y Camaroff, 2000; Trouillot, 1999; Bourdieu, 1998). Las nuevas realidades del capitalismo, sin embargo, son más complejas e inesperadas, por lo que el futuro de los *modus vivendi* se abordan en los talleres donde ense-

ñan a los competidores acerca de la unidad y la colaboración. Por lo tanto, los economistas y ministros de la industria no promueven la competencia, sino la ventaja competitiva (Porter, 1998).

Sin embargo, si la coordinación entre los productores resuelve los problemas de las materias primas o la escasez de mano de obra calificada, esa acción común deja sin resolver cómo volver realidad la promesa de un *cluster*: para estabilizar y reproducir una “cultura de la productividad” a través del tiempo (Porter, 2000). Estos ejemplos de los Andes ecuatorianos ofrecen un modelo alternativo de una explicación plausible, sustentado en una economía situada en lugares (*placed based economy*), en lugar de un conglomerado industrial, el modelo está mejor considerado como un patrimonio común cultural. En contraste con la visión de un grupo (*cluster*) de cooperación diseñada para determinados objetivos económicos, la perspectiva de los bienes comunes (*commons*) coloca en el centro un recurso compartido, la explotación y la gestión necesaria para regenerarse anclada en una geografía. Este modelo permite trascender la oposición aparente de los mercados y los bienes comunes.

Un mercado regional funciona como un bien común en tres aspectos cruciales: en primer lugar, los competidores, quienes no cooperan sistemáticamente, combinan la imitación y la innovación para cogenerar un valor económico compartido; en segundo lugar, los bienes comerciales y lugares, generados me-

dante la competencia, llegan a ser culturalmente marcados y defendidos como patrimonio de la comunidad y, en tercer lugar, los mercados en los que se han acumulado productos distintivos, identificados con un pueblo y un lugar, pueden dejar de hacerlo a la manera de los bienes culturales comunes (*commons*), mediante la sobreexplotación, los *free riders* y la incursión de los recién llegados. Una perspectiva de los bienes comunes (*commons*) reconoce el valor de los recursos económicos que se acumulan en la comunidad, y señala el papel político que ésta debe desempeñar en su defensa.

Atuntaqui (1965-2012): de localidad textil a un *cluster* textilero

En Atuntaqui, antes de que las agrupaciones o conglomerados (*clusters*), hubo una fábrica grande: la Fábrica Imbabura. Los inversores españoles configuraron el funcionamiento de textiles en los años veinte, instalando su propia planta hidroeléctrica, la importación (por la vía marítima) de cientos de máquinas desde Inglaterra y Estados Unidos, así como la creación de la primera fuerza de trabajo industrial moderna en la región. Dicha fábrica se convirtió en un importante estímulo económico en la provincia de Imbabura. De hecho, la provincia reconoció la relevancia de esta fábrica y se concedió a Atuntaqui y a cinco parroquias vecinas jurisdicción política formal como un municipio (cantón).

En los años subsecuentes, el municipio se consolidó políticamente, pero la fábrica falló económicamente. En los años sesenta, la planta todavía empleaba (nominalmente) a casi seiscientos trabajadores y el ritmo de la ciudad estuvo marcado por el silbato de la fábrica. Sin embargo, ésta ya no era rentable. En julio de 1965, los trabajadores que habían estado largo tiempo sin recibir pago alguno, declararon una huelga que tuvo varios meses de duración. Si bien el Estado intervino en beneficio de los trabajadores, no se establecieron los nuevos términos en los que la producción en masa continuaría. Debido a que el empleo se desplomó, las capacidades internas de la fábrica (sobre todo un grupo de mano de obra calificada) tuvieron un desfogue en una nueva economía externa.

Atuntaqui ya contaba con un pequeño grupo de tejedores, quienes desde sus casas elaboraban chales y ponchos. Con la clausura de la Fábrica Imbabura, el número de pequeños operadores crecieron a más de sesenta microempresas, cuyo grupo atrajo a un proveedor de máquinas de coser industriales (Mainco), así como a un proveedor de material acrílico, algodón y “poliéster” (Dytex), abriendo sucursales en Atuntaqui en los años ochenta. Los microempresas contribuyeron en los beneficios compartidos. Cabe señalar que algunos

estudios sobre *clusters* empresariales ponen énfasis en esos beneficios (Caniels y Romijn, 2004). A lo sumo, un centro comercial concentra de trabajadores especializados, acceso fácil a proveedores de consumos especializados y servicios, además de diseminar conocimientos nuevos. Sin embargo, algunas agrupaciones industriales van más allá de lo mínimo. Schmitz y Nadvi (1999) ofrecen el término *eficiencia colectiva*, el cual combina lo incidental con efectos intencionados de esta colectividad, definiéndole como “ventaja competitiva”, derivado de economías externas como acción común.

Hasta los años noventa, los productores de Atuntaqui se basaron sobre todo en los beneficios que tenían a su alcance. Los talleres locales demandaban la mano de obra de costureras, creando así un mercado laboral que atrajo a mujeres jóvenes de todo el cantón. El crecimiento de la producción de bienes también atrajo a revendedores indígenas, quienes empezaron a revender suéteres al menudeo a los colombianos. Desde los noventa, una nueva generación entró a la economía de la industria textil, lo cual empezó a generar una innovación. Con el tiempo, la industria del vestido se diversificó, aparte de los tejidos, a camisetas, sudaderas y otro tipo de ropa informal (foto 1 y cuadro 1).

Cuadro 1. Cámara de Comercio de Atuntaqui (2005)

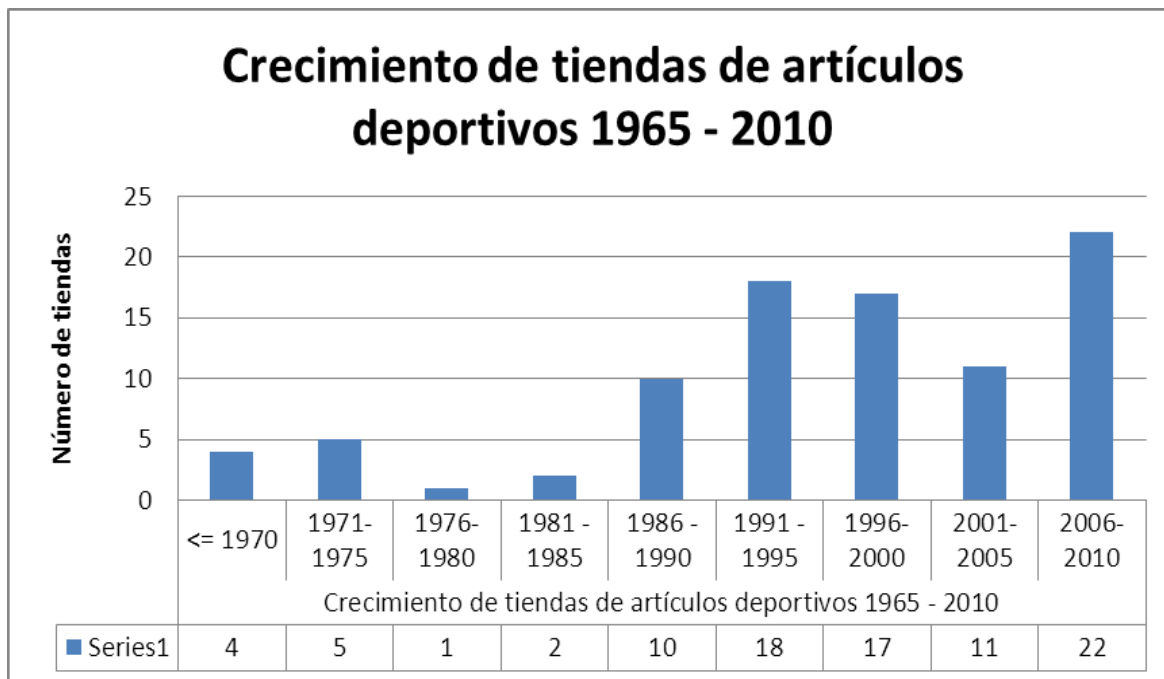


Foto 1



Sin embargo, ninguna de estas interacciones inspiró la innovación de la moda ni creó una reputación comercial de Atuntaqui. Los productores jóvenes criticaban los diseños de suéteres de los años noventa, pues los consideraban carentes de imaginación y folclóricos, descartando la idea misma “de moda” (*fashionableness*).

La cooperación activa empezó con seriedad en 2001. El esfuerzo combinó iniciativas internas con apoyo externo a los donantes internacionales y agencias gubernamentales. La cooperación laboral en Atuntaqui se identifica como “cooperación estratégica” y su relación con el desarrollo de *clusters*, a la cual se le dio gran impulso en Ecuador (Colloredo-Mansfeld, 2002). Aunque esta modalidad se centra en recursos compartidos, los beneficios de la cooperación son divisibles e internos, además, las empresas son capaces de captarlos.

Este tipo de cooperación se consolidó conforme aumentó el número de líderes de negocios de Atuntaqui, quienes buscaron el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad

(MICIP) y del Programa de Asistencia a las Pequeñas y Medianas Empresas, mediante el apoyo de las agrupaciones (*clusters*).

Ante la insistencia de las autoridades, una veintena de empresas trabajaron con el gobierno municipal para crear Expoferia. A diferencia de las ferias textiles precedentes, que hacían hincapié en ventas a precios rebajados, en la Expoferia se muestran los diseños, las empresas y la ciudad misma, en una comercialización conjunta de una empresa compartida.

Así, las iniciativas específicas de recursos pueden promoverse. El equipo diseñó la programación en torno a los desfiles de moda, la música andina y la danza para el carnaval (en febrero de 2001), cuando la gente de la capital, Quito, saldría de vacaciones. Más de veinte mil visitantes llegaron en el primer año. Ante el éxito de esta Expoferia, el alcalde insistió a los organizadores de la feria en formar una cámara de comercio. La motivación era promover colaboraciones más específicas entre las empresas de Atuntaqui. Así, la identidad de la comunidad se convirtió en una condición de participación (foto 2).



Con esta nueva colaboración se logró obtener apoyo internacional de donantes para reactivar la producción de prendas de vestir. Para elaborar ropa contemporánea, de moda, la Cámara de Comercio y la Alcaldía llegaron a un acuerdo con el MICIP, los consultores de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, así como con una universidad local para desarrollar un programa de mejora de la calidad (Arcos, 2006). En los dos años subsiguientes, estos dueños de negocios organizaron visitas semanales a sus talleres. Los consultores externos instaron a que la ventaja del negocio no estaba en el secreto, pero sí en la creatividad. Los funcionarios engatusaron a los dueños para que permitieran el pleno acceso a sus talleres a todos los demás participantes. Los resultados tangibles son de algunas empresas participantes, que crearon nuevas marcas; mientras que otros abrieron tiendas de venta al menudeo, y todos contrataron más trabajadores.

En 2005, la ONU y el Ministerio de Comercio Exterior organizaron viajes para que las empresas de otras ciudades ecuatorianas fueran a Atuntaqui a aprender el desarrollo a través de los *clusters*. Quizá lo más importante en el 2005 fue que las 68 firmas de ropa deportiva más grandes empleaban a casi 985 trabajadores, más que los de la antigua fábrica durante el periodo de 1970 a 1980.

La tradición textil pasó de una sola planta industrial a una nueva constelación de puntos de venta de moda de marca. Tras el renovado éxito y apogeo económico del creci-

miento reciente de Atuntaqui, surgieron tres problemas, tanto para las autoridades municipales, como para algunos dueños de negocios. En primer lugar, ¿hasta dónde llegará la normalización de la producción conforme a los estándares internacionales en este tipo de empresas? Si éstas tienen que competir en precio, habrá que luchar para sobrevivir contra los bajos precios internacionales de los competidores, como Honduras, Vietnam y China (Rivoli, 2006). En septiembre de 2007, los fabricantes de Atuntaqui circularon entre ellos un artículo en el que se indicaban los salarios mensuales en China, que eran aproximadamente la mitad de los de Ecuador (Cámara de Comercio de Atuntaqui, agosto de 2007).

En segundo lugar, después de haber abierto sus puertas y renovar sus marcas, ¿con estas operaciones cómo pueden lograr la creatividad que prometen ser el centro de la moda en Ecuador? En tercer lugar, como la asistencia tecnológica se ha desplazado hacia el apoyo a alianzas estratégicas, los objetivos generales de desarrollo de la comunidad se pone en riesgo la disminución de beneficios muy dirigidos, monopolizados por las empresas de los más ricos. La Cámara de Comercio de Atuntaqui pone de relieve este problema, ya que estima que entre cuatrocientas y quinientas familias producen tela, ropa o diseños, sin embargo, sólo ciento cuarenta empresas textiles se han afiliado como miembros de la cámara; de las cuales, entre cuarenta y setenta participan activamente en la Expoferia (66 en 2007). De hecho, sólo quince recibieron los

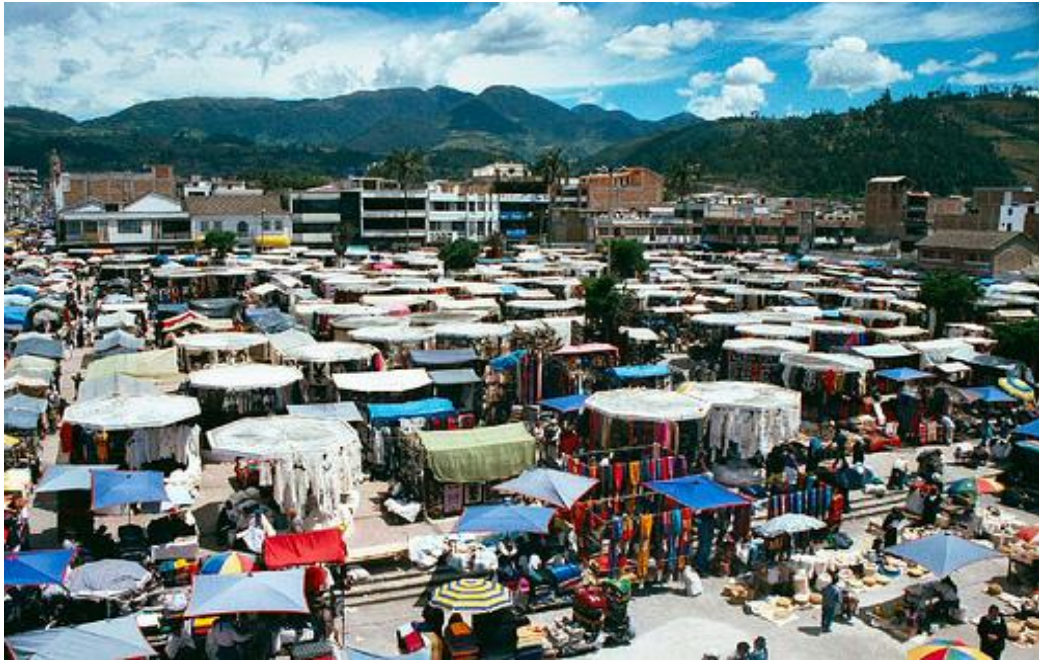
beneficios directos de la continua calidad del programa de mejora. Las cuatro empresas que surgieron como propietarios del sistema de diseño por computadora en 2005 muestran. En última instancia, cómo el esfuerzo público consolida una posición de tan sólo unas pocas empresas. Además, éstas se basan en la colaboración para lanzar una nueva marca compartida, de alta calidad una vez ("once) en 2007. La nueva etiqueta indica la continuada fortaleza empresarial de Atuntaqui. Sin embargo, si la marca se engancha en el ámbito nacional o internacional, pocos clientes necesariamente conocerían la ciudad detrás de la marca. Y los productores chinos "cortejaran" a las empresas y la externalización (*outsourcing*) no estará fuera de la cuestión.

En resumen, el desarrollo por medio de conglomerados (*clusters*) han dejado abiertas cuestiones básicas, por ejemplo, cómo lograr una identidad distintiva de los propios bienes, de manera que las importaciones baratas simplemente no sustituyan la forma de crear algo nuevo, en medio de la presión para normalizarlo, y cómo una comunidad consolida un circuito comercial, de tal manera que unos pocos proyectos de éxito finalmente no internalizan los beneficios. Las posibles respuestas a estas cuestiones se hallan al bajar por la carretera panamericana en Otavalo.

Los textiles de Otavalo y la toma de un mercado de los bienes comunes (*commons*) (1960-2012)

Conectado a los mercados internacionales desde los años cuarenta, la producción artesanal de Otavalo llegó a la cima de su expansión moderna en los noventa. Textiles tradicionales regionales, el final de la mano de obra contratada agrícola, el crecimiento del turismo, así como la facilidad de los viajes intercontinentales convergieron para sacudir un trabajo hecho a mano, con la tradición provincial, a toda marcha (Meisch, 2002). Si la economía textil de Atuntaqui fue el legado de la fábrica, la de Otavalo ha sido sellada por un mercado al aire libre, conocido como la Plaza de los Ponchos, una plaza polvorienta en el extremo norte de la ciudad, que fue el hogar de un mercado semanal, tanto de mercancías artesanales y las necesidades básicas del hogar, desde principios del siglo xx. En 1973, las autoridades municipales, en coordinación con una agencia de ayuda holandesa, pavimentaron dicha plaza y erigieron quioscos planos octogonales de concreto. Con esta nueva forma austera, la plaza ha tenido una doble función: permitir el comercio minorista para los turistas y el comercio a granel entre los fabricantes de indígenas y de los intermediarios. Como los turistas empezaron a comprar a los otavaleños, los tejedores diversificaron sus mercancías más allá de los ponchos. Los artesanos de Otavalo encontraron la manera de convertir tejidos básicos en tapices y bolsos, asimismo comenzaron a vender crecientes cantidades a otros otavaleños que compraban artesanías para llevarlas a vender en Europa (fotos 3 y 4).

Fotos 3 y 4



Después de convertir a su ciudad en sinónimo de artesanías indígenas, los empresarios traspasaron los límites de esa categoría: trabajaron con acrílicos y poliéster como materia prima; asimismo, los productores iniciaron la elaboración de hamacas, manteles y camisas bordadas. La producción mecanizada de suéteres creció espectacularmente. En poco más de una década, 21 familias desarrollaron la capacidad combinada para producir más de un millón de camisas al año.

Ninguna innovación rentable podría protegerse de la acción en esta plaza. Las artesanías indígenas alcanzaron en su conjunto la nueva realidad cultural y económica, la plaza se convirtió en un emblema de la industria indígena y su resurgimiento. Más allá de la compra-venta que allí se da, en Otavalo el cuidado de la plaza se convirtió en una forma de defender una base económica común: “sus intereses comunes, que incluyen recursos duraderos, las cosas producidas y las construcciones ideacionales (Gudeman, 2001). La preocupación de los otavaleños revela que un mercado puede dar lugar a un bien común, no sólo centrados en las actividades forestales, la pesca o los pastos, sino en las ideas.

El concepto *commons* se ha convertido en uno de moda desde 1977, con el famoso ensayo de Hardin, quien condenó la posibilidad de que los individuos racionales puedan vivir de los recursos compartidos. Muchos especialistas, sin embargo, han documentado múltiples formas en que las comunidades, de hecho, evitaron la tragedia y gestionaron con

éxito los sistemas de recursos (Acheson, 1989; McCay y Acheson, 1987; Ostrom, 1990). Por el contrario, con los mercados de la explotación de recursos naturales, cada vez más estudios han demostrado que los bienes comunes sí vacilan. La privatización, la producción de exceso de capitalización, o los planes de gestión del Estado mal concebidos han conducido muchos recursos de uso común hasta el punto del colapso, las instituciones comunitarias han luchado para mantenerse al día (Acheson y Gardner, 2004; Dolsak y Ostrom, 2003; McCay, 2002). Pero quienes se preocupan por el destino de los bienes comunes ahora tienen más motivos por los cuales preocuparse. Nonini (2006) sostiene que, junto con los bienes comunes de los recursos naturales, los bienes del patrimonio social, cultural e intelectual también están en riesgo.

En esta visión ampliada, la sostenibilidad de un bien común representa un conjunto que la gente tiene en la confianza de utilizar, motu proprio, para las generaciones pasadas y futuras, para lograr que la reproducción biológica, cultural y social sea posible. Nonini señala que todos los bienes comunes han sido objeto de amenaza de desposesión (Nonini, 2006); de igual modo, indica que, a diferencia de los recursos naturales, los culturales dependen de la intervención humana intensa y frecuente para su regeneración.

Otavalo ofrece una visión útil sobre cómo las comunidades generan y regulan los recursos culturales de valor económico. Concretamente, la realidad de los bienes comunes,

como la de este sistema de recursos, radica en tres características fundamentales: 1) la no exclusividad de la innovación comercial y la identidad; 2) el acceso a los recursos (mediada por la comunidad) y 3) la gestión comunitaria de los recursos compartidos.

Sin embargo, la mejor evidencia de los bienes comunes es negativa. El mercado de Otavalo ha disminuido desde finales de los noventa y su fracaso se debe a dos razones fundamentales: una parte de los productores locales han actuado como *free riders*, aprovechando (incluso destruyendo) lo que otros construyeron y la llegada de los productores peruanos, con lo que se violó el límite que fomenta una identidad entre las personas, el comercio y el lugar. Estas realidades han amenazado la sostenibilidad de los bienes comunes culturales; amenaza que se estudia con el análisis de cinco procesos: la co-innovación, el acceso de la comunidad, la gestión comunitaria, el fenómeno del *free rider* y las fronteras económicas fracasadas.

En cuanto a la coinnovación, el diseño de productos en Otavalo ha sido siempre no exclusivo, una especie de *joint venture* derivada de una secuencia interminable de robo común. Por ejemplo, en 2001, las salas de exhibición de los fabricantes de suéteres acrílicos comenzaron a exhibir en sus prendas los motivos de la cultura de los pueblos nativos de los llanos de Norteamérica, como resultado de los bienes otavaleños que se vendían en aquella región. En 2006, los fabricantes de camisas copiaron en miniatura esos mismos diseños,

bordados en las camisas de algodón. El *pow wow* se convirtió en parte de la paleta de la identidad indígena andina. Los artesanos coinciden en un número limitado de diseños, que se comunican repetidamente con relativa claridad y precisión. Esta actividad diaria de la repetición continua de bienes comunes y autenticidad afirma la coherencia de un nicho de mercado.

Como las convenciones culturales surgen en medio de una lucha por las ventas, la competencia se vuelve incluyente; es decir, con las empresas rivales se compete para ganar negocios de sus rivales, los productores mejoran los símbolos, lugares, relatos históricos y la reputación comercial, que la comunidad utiliza para atraer a los clientes y diferenciar sus productos (Colloredo-Mansfeld, 2002). En una operación concreta, un vendedor no sólo puede irse con las ganancias, sino que forma parte del valor del tipo de cambio que se mantiene en la plaza de Otavalo para los demás: el diseño de los productos básicos se trasladará en las versiones presentadas por sus competidores, la fama de este mercado (nativo y novedoso) continuará atrayendo a los visitantes en el futuro. Esto es lo que uno esperaría de un mercado semanal de artesanos desconocidos y de artesanías tradicionales.

En Otavalo, aunque los artesanos invierta de manera privada, el valor de su negocio sigue siendo inseparable de sus predecesores, los competidores de uno mismo y su

lugar de origen, creando una exclusividad de la identidad del productor.

En términos de acceso de la comunidad, para conseguir una porción de este valor, no hace falta ser un indígena otavaleño, sólo basta ser persistente, paciente y fiel al mercado semanal. Sin duda, la gran mayoría de los puestos en la plaza de los ponchos y calles aledañas han sido controlados por los otavaleños y comercializados durante generaciones. Sin embargo, los mestizos de Otavalo, así como los pueblos indígenas de otras provincias (y en los últimos años los refugiados procedentes de Colombia) se han convertido en participantes regulares. Por supuesto, el dinero y las conexiones ayudan a tener un acceso seguro, sin embargo, los artesanos con poco capital se han convertido en una característica permanente del mercado por su participación continua y regular. Por lo tanto, el valor del espacio cívico para la empresa privada va más allá de un valor monetario, lo cual hace que el acceso al mercado sea un valor para la comunidad.

Conscientes desde hace tiempo del valor de la potencia de su mercado, los otavaleños han tratado de manejarlo como un esfuerzo comunitario. La gestión comunitaria cobró forma con la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (Unaimco) (fundada en 1988), unión que se centró, en principio, en la resolución de disputas sobre la asignación de espacio en el mercado. Desde 1996, el sindicato artesanal ha invertido más recursos monetarios y esfuerzos en la gestión cultural que en los programas económicos.

Los miembros de la Unaimco organizaron las actividades de la fiesta anual de San Juan (o *Inti Raymi*: “Fiesta del sol”), que conmemora el solsticio de verano y el final de la cosecha de maíz. Así, la Unaimco logró —mediante la simbolización del mercado con un indigenismo festivo— la defensa de una frontera cultural de un grupo de operaciones. Desafortunadamente, en los últimos años, su autoridad no ha sido capaz de sancionar a la competencia voraz dentro de este límite.

El valor compartido creado por los artesanos otavaleños nunca ha sido más evidente que cuando ha estado en peligro. La plaza de los ponchos ha comenzado a fallar a los otavaleños en los últimos años, y para los artesanos la experiencia fue vista como el colapso de un sistema de recursos, un bien común. Señalan sus fechorías como fuente del problema. Los factores externos, como la dolarización de la economía y el abandono de la moneda nacional, inicialmente repercutieron negativamente, pues las ventas cayeron en todo el mundo. Por ejemplo, los fabricantes de suéteres de acrílico, que acaparaban el negocio de más rápido y floreciente crecimiento en Otavalo, fueron severamente golpeados en sus finanzas. La Unaimco se percató de que los otavaleños estaban destruyendo el mercado con la competencia desleal entre sí.

Las imitaciones (vendidas a un precio más bajo) y los productos mal hechos (o de pésima calidad) afectó a todos con una mala reputación. El manifiesto problema del *free rider*, que cuando los productores conscientes

se esforzaron en mantener la reputación de su calidad, pero los competidores clandestinos fueron los que cosecharon los beneficios. Llegaban a la plaza con productos de mala calidad, los vendían con descuentos, aprovechando todos los beneficios, y reflejando en el mercado una deplorable reputación debido a una artesanía de mala calidad. La frase recurrente de “quemar el mercado” recoge, de manera acertada, el sentido de una captura (breve y rápida) de la energía del mercado, dejando sólo las cenizas a los que vengan después.

La regulación de las fronteras económicas es más importante cuando estos límites fallan. Los investigadores que han estudiado los bienes comunes de los recursos naturales han puesto de relieve la importancia de la propiedad estable de los derechos de los límites. Sumaron sus esfuerzos y recursos como condición para la gestión eficaz y la administración. Los otavaleños han descubierto la imposibilidad de mantener a otros afuera.

En particular, en los últimos años, los revendedores de artesanías (oriundos de Perú) han cambiado la dinámica del mercado. Comercios cuyos dueños son peruanos, pero abrieron sus tiendas en Otavalo, en las calles aledañas a la plaza de los ponchos. Con los peruanos monopolizando la distribución de los productos en un mercado construido por los otavaleños, los ecuatorianos reaccionaron. En julio de 2001, más de 150 vendedores del mercado de Otavalo firmaron una petición solicitando una investigación fiscal de las tiendas

peruanas, con el fin de cerrarlas. Lo que complica este tema es que Ecuador firmó el Pacto Andino y varios acuerdos bilaterales concretos con Perú. ¿Cómo se justifica la exclusión de los peruanos del mercado?

En 2005, el gobierno municipal empezó a reconocer la gravedad de los problemas de la economía local. Ese verano, las autoridades reclutaron a miembros de la junta de directores de la Unaimco para trabajar con un equipo de consultores nacionales del proyecto de Evaluación Participativa de la Ventaja Competitiva (PACA). La misión del proyecto fue identificar acciones viables para reforzar la competitividad de los sectores económicos y empresas locales.

A pesar de que muchos artesanos de Otavalo notaron específicamente el cambio en Atuntaqui, a través de las recientes iniciativas que empleaban el enfoque de cooperación estratégica, los otavaleños buscaron una sólida defensa de su identidad, en el núcleo mismo de su economía: el vínculo entre las personas, lugares y productos artesanales que heredaron de sus padres y que ellos esperaban, a su vez, heredar a sus hijos.

Tal vez uno de los resultados importantes del proyecto PACA fue la importancia de regular su comportamiento destructivo: la competencia desleal. Los miembros del sindicato abogaron por una junta municipal de Otavalo con respaldo de calidad. Algunos aprovecharon las reuniones del PACA para abogar por una etiqueta tangible que los productores utilizarían para mostrar su compromiso con la ca-

lidad. Además, luego de presentar una denuncia sobre la situación de deterioro de la plaza de los ponchos durante las reuniones del PACA, un arquitecto, que, finalmente, desarrolló planes con el sindicato para el año 2007, por ejemplo, la idea de utilizar motivos inspirados en conceptos precolombinos para resurgir en el mercado, así como la introducción de estatuas y la creación de un escenario para actividades culturales.

El 22 de octubre de 2007, casi mil artesanos de toda la provincia marcharon por las calles de Otavalo para protestar por la presencia de los peruanos, así como para turnar esa petición a las autoridades municipales. Si uno fuera pesimista, los problemas de la plaza de ponchos se interpretarían como un ejemplo más del desgaste de los bienes comunes (Noini, 2006). Las políticas del Estado han tenido un impacto negativo.

La liberalización de las fronteras y las reformas relacionadas con las divisas ponen en riesgo las condiciones que ayudaron al mercado a crecer. Los otavaleños también reconocieron su culpa en este declive, especialmente los problemas de competencia desleal. Sin embargo, de igual modo existen motivos para el optimismo. Los productores de camisas siguieron introduciendo nuevos diseños y ganaron nuevos clientes. El sindicato de artesanos y otros gremios han sido firmes en su compromiso con la producción de bienes con la identidad, a la revitalización de la plaza, así como con la preeminencia de los derechos de los residentes locales, de tal modo que sean

capaces de ganarse el pan con la venta de los productos en esa plaza.

Por supuesto, en Atuntaqui, la iniciativa de crear grupos de firmas en su conjunto o *cluster* ha ofrecido un ejemplo sólido de la construcción de las relaciones entre los rivales, a través de la cooperación estratégica. Sin embargo, Otavalo ofrece evidencia de una alternativa, orientada a largo plazo, para defender la viabilidad de una base de operaciones económicas compartida.

Los enfoques de cada grupo de productores, sean de la orientación de los bienes comunes y con una administración común, o el conjunto orientado a la cooperación estratégica, se diferencian, en términos generales, por su énfasis en los bienes comunes o las capacidades de las empresas privadas. Sin embargo, sería un error considerar que estas dos orientaciones son opuestas entre sí. En muchos aspectos, son importantes, de hecho mutuamente dependientes, en vez de excluyentes o exclusivos.

El mayor de los éxitos derivado de la cooperación estratégica es, probablemente, el crecimiento de las convenciones culturales que distinguen a los productores, la mejoría de sus productos y el darle vida a un lugar. Desde la perspectiva de los bienes comunes, se reconoce tanto la necesidad de estos recursos (acumulables a la colectividad, no a las empresas individuales). De hecho, como Atuntaqui ha cosechado éxitos (desde el punto de vista económico) en los últimos años, su modelo parece cada vez menos centrado en alianzas

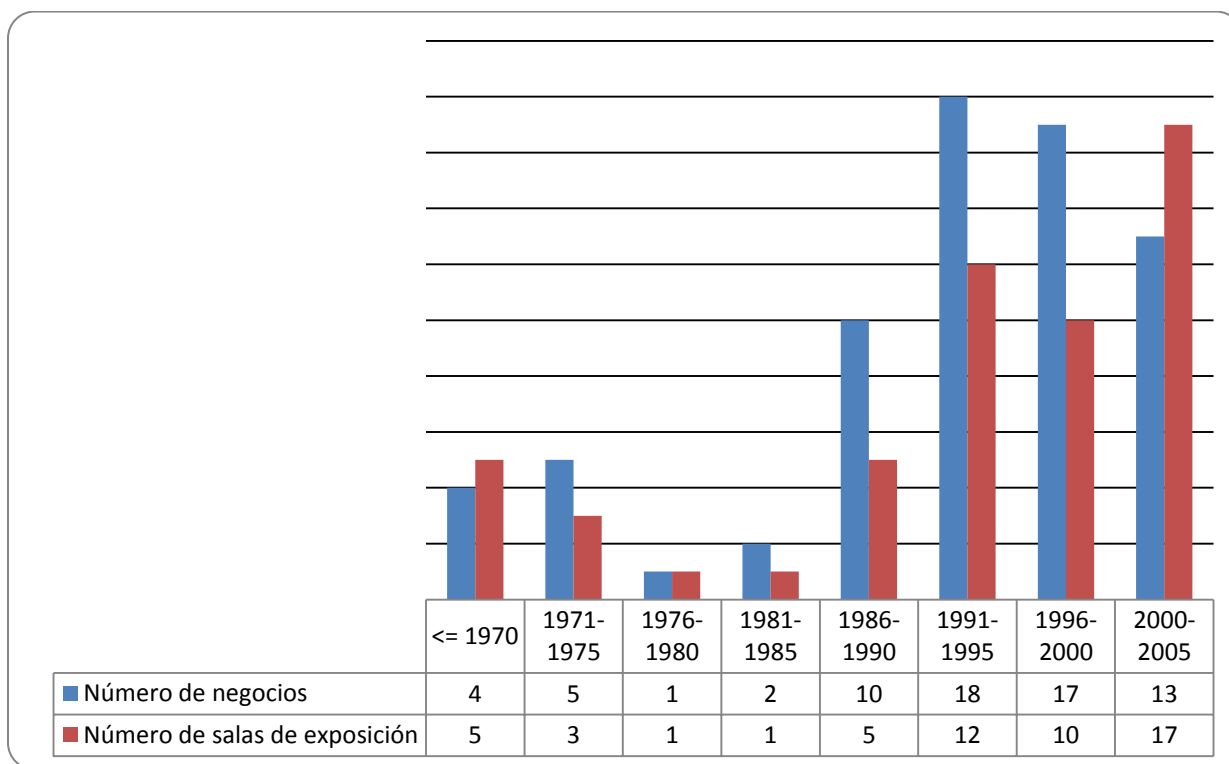
estratégicas. Por el contrario, los funcionarios municipales y propietarios de negocios parecen estar construyendo su propio patrimonio cultural común.

El papel del lugar como vinculación, cooperación estratégica y administración de los bienes comunes

Desde finales de los noventa, paralelo a los programas patrocinados por el Ministerio de

Comercio Exterior, las familias en Atuntaqui se dedicaron a la competencia integradora y a la transformación del centro de la ciudad por medio de un aumento de las inversiones en salas de exposiciones individuales (cuadro 2). Las nuevas tiendas cuentan con brillantes ventanas de visualización y espaciosos interiores, lo que transforma la experiencia de nivel de la calle de espacios públicos a espacios de consumo (fotos 5 y 6).

Cuadro 2. Crecimiento en el número de salas de exhibiciones en Atuntaqui (1965-2005)



Fotos 5 y 6



La Cámara de Comercio y el Ayuntamiento respaldaron el valor de estos esfuerzos. En 2006, por ejemplo, las autoridades municipales reconstruyeron una parte de la plaza principal para utilizarla como una zona de es-

pera para los desfiles de moda y eventos culturales. También se han hecho planes para peatonalizar, parcialmente, una de las dos principales avenidas comerciales (foto 7).

Foto 7



Con amplias aceras de baldosas de colores brillantes, iluminación con postes de alumbrado decorativo y otras mejoras, en suma, la ciudad adquiere una estética de un centro comercial. El espacio público tradicional de la plaza se ha transformado en espacios de consumo. Además, la Cámara de Comercio reubicó la Expoferia, ya que se alquilaba una escuela de educación media, en el límite de la ciudad, donde se erigió una sala de conven-

ciones con cabinas para los expositores, quienes rehacen el espacio creando un nodo importante de la identificación de Atuntaqui, como un importante polo innovador de la moda en Ecuador.

A partir de 2006, las principales doce cuadras de la ciudad se convirtieron en salas de convenciones. El cierre del centro de la ciudad al tráfico vehicular, así como la creación de una pasarela para desfiles de moda y los

actos de baile en el parque central, la cámara invitó a todos los negocios del centro para que se beneficiaran del tráfico peatonal de la feria, creando un “distrito de la moda” en este proceso. Lo más interesante es que siete empresas respondieron a la Expoferia, cerrando sus establecimientos relativamente nuevos y abrieron nuevos lugares permanentes en el recinto ferial. Con los esfuerzos combinados de las empresas, asociaciones comerciales y del gobierno municipal, se reconfigura el panorama de la moda en esta ciudad, creando un activo cívico para ayudar a los sectores privados.

El reconocimiento y apoyo del ayuntamiento a la empresa textil se expande al trabajo en pro del turismo y la cultura. Hay planes para convertir los edificios de la fábrica abandonada en un museo textil. La ventaja competitiva que buscaban para los fabricantes de suéteres se corresponde con las reclamaciones de una historia cultural única. El importante papel del diseño urbano que permite enlazar la memoria colectiva en un lugar determinado no se subestima.

La renovación y transformación de la antigua fábrica textil en un museo, trastoca la anterior visión deteriorada que se tenía de la ciudad, convirtiéndola en un nodo de importancia para el desarrollo de Atuntaqui, lo cual fue planeado por funcionarios de la ciudad. La antigua fábrica, donde actualmente existe un área de museo textil, con salas para exposiciones, conferencias y formación, así como el resto del diseño del complejo, crea lugares o espacios para la recreación familiar, un oficio y

zona gastronómica, así como la zona de aparcamiento para los automóviles. En 2001, la antigua fábrica textil Imbabura fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación, considerando las características únicas del patrimonio industrial en el país.

Dicho espacio está abierto al público de lunes a viernes de 9 a 12 y de 14 a 16 horas, y la entrada es gratuita. Allí, los visitantes reciben información sobre la historia de la ciudad. Los visitantes recorren las instalaciones de la fábrica para observar las condiciones en las que funcionaban las máquinas, áreas de producción, el hilado, el material utilizado para los tejidos, oficinas, entre otros. De esta manera, se conmemora cuando la fábrica cerró sus puertas en 1967 y con ello los cincuenta años de progreso y desarrollo económico de Atuntaqui.

La fábrica incorpora una memoria colectiva única. A medida que el monumento se consolida, un sentido de “*we ness*” (“de lo nuestro”) distinguible de los distritos de las provincias indígenas de más renombre, la fábrica suma el peso de su historia a las recientemente abiertas tiendas de camisetas *sport*. Al preservar los símbolos para los quienes residentes de esta localidad, esperan perpetuar el valor de lo que hacen. La identidad y la cultura se han vuelto, de hecho, el nodo del desarrollo urbano y económico de Atuntaqui. El “lugar” se convierte en núcleo de una estrategia colectiva de una identidad colectiva sostenida; así, paulatinamente, su función en el diseño urbano crea un sentido colectivo de su lugar.

Atuntaqui sigue a la vanguardia gracias a su creatividad. En febrero de 2012, abrió nuevamente sus puertas con la Expomoda 2012. En esta exhibición, los visitantes conocieron las nuevas tendencias y colecciones de la moda. La expo estuvo dirigida especialmente a los turistas nacionales y extranjeros que

visitan el cantón textil en los días feriados del carnaval. Participaron y ofertaron una diversidad de prendas de vestir para niños, jóvenes y adultos poco más de doscientos productores. La diversidad fue el objetivo en los diferentes locales comerciales y también en más de un centenar de espacios prearmados.

Foto 8



David Guevara, presidente de la Cámara de Comercio de Antonio Ante, afirmó que los pequeños, medianos y grandes artesanos han logrado que la industria textil de ese cantón crezca año tras año y sea muy frecuentada durante esta época. La expoferia se ha convertido en una tradición carnavalera, a la que llega gente de distintas ciudades de Ecuador. Anualmente, las visitas que llegan a la Expomoda durante sus cinco días son casi ciento

cuarenta mil, y en 2012 los organizadores esperaban que aumentara a ciento sesenta mil. “La Expomoda genera desarrollo productivo para la provincia de Imbabura, pues además de promover el turismo, las plazas de trabajo se incrementan”, señaló Edison López, expositor (*El Comercio*, 2012). Pero no todo es ropa y comercio. Quienes visitaron la Expo Atuntaqui 2012 disfrutaron también de grupos musicales, danzas tradicionales y la gastronomía

de la región, aspectos culturales que dan una identidad local a una geografía específica, donde los productos textiles se relacionan con la ciudad de Atuntaqui.

Lecciones para las economías situadas (*place based economies*)

Ecuador tiene la moneda más dura en Sudamérica, lo que ha generado la pérdida de puestos de trabajo a sus vecinos, que sus ciudadanos emigren y generando inestabilidad política debido a los disturbios populares. El Estado ha respondido con la formación de propietarios dentro del paradigma de la ventaja competitiva. Atuntaqui fue más allá del mensaje de la competencia y la cooperación como no ha ocurrido en otras localidades. En 2001, el mensaje de las agrupaciones (o *clusters*) era relativamente fácil de vender en la ciudad de la antigua fábrica textil. Los propietarios se sumaron a la colaboración, en parte porque se basó en los lazos familiares y sociales que enlaza las operaciones de la industria del vestido, el ayuntamiento y la Cámara de Comercio. Sin embargo, para los créditos, dieron un paso adelante para apoyar un programa de mejora compartido. En un esfuerzo sostenido, muchas tiendas modernizaron su producción, redujeron los costos de las materias primas y desarrollaron las marcas de moda.

Sin embargo, para todos los beneficios económicos, los líderes empresariales y funcionarios de la ciudad se preocupan por el fu-

turo, en particular por las importaciones más baratas de Asia. El gobierno de Rafael Correa ha restringido ciertas importaciones, con las cuales se impulsará la industria textil nacional. Los productores ven como una oportunidad las restricciones que el gobierno impuso a las importaciones. René Bolaños, empresario del sector, subraya la decisión de no incluir las materias primas en la lista de productos afectados, pues esto permitirá reactivar el sector. El objetivo es incrementar la producción para abastecer la demanda nacional. “Queremos ampliar el mercado interno y regional; extenderlo hacia todas las provincias con moda, tendencias y precios cómodos, por debajo de los vigentes en el mercado internacional”, asevera. Una de las facilidades con las que cuentan es la capacidad instalada de producción que, actualmente, según Bolaños, opera a medias” (*El Comercio*, 2009).

El criterio de oportunidad es generalizado por lo menos en unos doscientos comerciantes de la zona. David Guevara, presidente de la Cámara de Comercio de Atuntaqui, explica, además, la necesidad de prepararse y dar identidad a la producción bajo el lema: “Hecho en Atuntaqui”. Ahora los gremios productivos demandan apoyo económico del gobierno, a través de créditos a mediano y largo plazo, con el fin de ampliar su producción. “Para nosotros, la crisis constituye una oportunidad; por eso pedimos al régimen que inyecte capitales para que empresas privadas como las nuestras generen más empleo”, señala.

Sólo durante la feria anual la ciudad genera unos dos millones de dólares en ventas.

De hecho, el éxito de la iniciativa de agrupaciones o conglomerados (*cluster*) ha llevado a la aparición de un pequeño conjunto de empresas con marcas diferenciadas, que ahora podría subcontratar la fabricación textil a China. El proyecto conjunto ahora se centra más en las alianzas estrechas y estratégicas entre las empresas principales, que están menos atadas a los beneficios, ya que éstos son para Atuntaqui y las instituciones públicas que las nutrieron.

El desarrollo de Otavalo ha ofrecido un contraste útil en el crecimiento de una economía basada en el lugar: los bienes culturales comunes o *cultural commons*. La cultura en juego implica, en parte, los valores que facilitan el respeto a la competencia leal y el espíritu empresarial. La cultura también implica la reserva de ideas compartidas: el legado creativo heredado por un pueblo indígena. Sin embargo, la dimensión cultural de este patrimonio común andino va más allá de esos valores y el patrimonio trasciende los hábitos que los generan, inherentes a la práctica económica en curso. Es parte integrante del diseño y presentación de productos, compitiendo por el negocio y la supervivencia vital. Por lo tanto, el punto de vista común cultural replantea la mutua dependencia, reconocida en las iniciativas de agrupación de manera más intrínseca. Se orilla a la gente a identificar esa característica fundamental que define sus esfuerzos de la

comunidad y, además, ¿qué tanto da sentido a la vida y el valor a los productos dentro de un contexto territorial indígena?

En Otavalo, esa característica está ligada a un sentido andino nativo. En Atuntaqui, las autoridades municipales y empresarios de la industria del vestido han llegado a su propio sentido de identidad, de ser *textileros* modernos. Las inversiones públicas y privadas en cada lugar fundamentan estas identidades en los paisajes de venta, eventos cívicos, museos, fiestas y otras actividades que preservan una historia única. Las ideas y las identidades que se reproducen en estas formas como un bien común cultural, lo que da relieve a los recursos que los productores mantienen en la confianza de las generaciones precedentes, que trascienden las empresas individuales y que no se privatiza tan fácilmente.

De hecho, la idea de un patrimonio cultural común, impulsa proyectos de desarrollo que tomen en serio la idea de la administración económica. Los proyectos deben buscar a las personas, empresas u organizaciones de voluntarios que han actuado como administradores. Una vez eran mentores de nuevos participantes en los oficios tradicionales, promovieron la identidad cívica y conservaron la diversidad, incluso la idiosincrasia de la producción local; tales administradores dan a su trabajo y a los productos un carácter distintivo que los esfuerzos de modernización por sí solos no brindan.

Por otra parte, un esfuerzo conjunto entre la autoridad de la comunidad y el Estado se toma en serio desde una perspectiva de los bienes comunes. Tal manejo conjunto reconoce formas constructivas de la defensa de las fronteras culturales y económicas. En las economías basadas en lugares, los extranjeros, no de manera indiscriminada, aprovecharían el valor económico acumulado en el lugar en nombre del libre comercio; ofreciendo un nivel de protección que no tiene por qué significar la exclusión total. Por el contrario, supone llegar a los recién llegados para contribuir al bien colectivo que otros han generado y que estos extranjeros, de hecho, tratan de vivir de aquél. Los funcionarios conservan los límites significativos. Los esfuerzos de desarrollo deben apoyar los esfuerzos de las autoridades locales para promover la competencia creativa entre los iniciados y sancionar las prácticas destructivas y apoyar a las autoridades locales para crear espacios que faciliten estos límites económicos.

La dinámica de la competencia en ambas ciudades no es suficiente en sí misma para superar las insuficiencias propias de cada economía. Las experiencias de ambas ciudades han demostrado que el desarrollo económico exitoso requiere del cultivo de los bienes comunes que subyacen en la competitividad de las empresas y la cooperación estratégica. Asimismo es crucial para este cultivo la creación de localidades y lugares que son únicos e integrados en un sentido plural del *nosotros* (o

weness), distinguible de otras localidades. Los espacios públicos facilitan el intercambio de ideas y la innovación entre los participantes y, al hacerlo, crean de nuevo todos los días una identidad común y una memoria colectiva que da sentido a las localidades y lugares. A través de esta interacción de las estructuras espaciales y las estructuras sociales colocan a las economías basadas en lugares y que pueden ser sostenibles.

Lineamientos de un marco conceptual para un modelo de desarrollo alternativo

En un intento de entender las posibles raíces teóricas de una perspectiva de bien cultural común (o *cultural commons*) que sea sostenible dentro de una perspectiva territorial, se pueden revisar el conocimiento acumulado y la bibliografía especializada en la región, elementos con los cuales se ayuda a las políticas y las autoridades locales para desarrollar economías basadas en el lugar, dentro de una orientación de un bien común.

Como parte del paradigma de espacios culturales (*cultural commons*), conviene echar mano de un marco teórico conceptual de los estudios de supervivencia (basada en la economía local o del barrio y el desarrollo y la transformación “desde abajo”) que se ha desarrollado en últimas fechas. Durante los años ochenta y noventa del siglo XX, varias investigaciones se centraban en el estudio de las estrategias de supervivencia en los sectores

populares más afectados por la crisis económica en Latinoamérica y las políticas neoliberales adoptadas por la mayoría de los países en esa región. En muchas de esas investigaciones el análisis se enfocaba en los procesos realizados en los espacios vitales o locales.

El ambiente cotidiano e íntimo del espacio vital, el barrio o territorio local cumple un papel fundamental en la vida de las unidades domésticas o familiares populares. Otros grupos sociales son menos dependientes de su espacio vital, pues tienen acceso a medios educativos técnicos y universitarios, clubes sociales, asociaciones profesionales, entre otras; asimismo ofrecen la posibilidad de establecer contacto con redes sociales claves para el desarrollo de sus actividades. Quienes tienen menos recursos económicos, por el contrario, están más limitados en sus posibilidades y movimientos y, por ende, sus barrios o espacios locales constituyen la base principal de la socialización, la producción y la reproducción social de la vida (Friedmann, 1987).

En las comunidades territoriales ocurren numerosas actividades económicas simples y complejas: desde la producción y comercialización reproductiva, industrias domésticas, servicios personales, servicios de reparación, manufactura a pequeña escala, hasta microempresas, trabajo doméstico, venta callejera, entre otras (Friedmann y Salguero, 1987). En este marco, a menudo calificado como “sector informal”, se encajonan todas las actividades que derivan de la situación preca-

ria, las que buscan obtener los medios de subsistencia para su familia (estrategias de supervivencia). Con esas actividades cotidianas se desarrolla una memoria colectiva de conocimientos que forjan cooperaciones entre las familias y los medios de producción.

Algunos estudios señalan que las actividades formales e informales son mutuamente funcionales y se articulan en el marco único de la economía capitalista (Peattie, 1980; Castells y Portes, 1989; Palma, 1987; Murillo y Lanzetta, 1984). En esta búsqueda de la supervivencia, algunos segmentos del sector popular han sido conectados a un sector económico cuya lógica abre campo a la interacción personal en redes sociales, las cuales se fundamentan en principios de reciprocidad y en organizaciones populares para la subsistencia (Lomnitz, 1980; Hardy y Razeto, 1984). La *economía cooperativa* o *sector económico popular solidario* ha cobrado vida en las comunidades territoriales para resolver algunas de sus más apremiantes necesidades básicas (Hardy, 1984, 1985, 1986; Friedmann y Salguero, 1987).

Para mejorar su precaria situación, los miembros de las unidades domésticas forman nichos económicos que funcionan con una racionalidad particular fundamentada en la organización colectiva, la autogestión cooperativa y la solidaridad. Esta racionalidad o lógica particular se basa en los principios de igualdad, participación democrática y distribución equitativa de las ganancias entre miembros.

Otra característica singular es que las unidades del sector cooperativo con frecuencia desarrollan relaciones de solidaridad y cooperación con las comunidades donde están asentadas (Ramírez, 1986; De Roux, 1986; Hardy y Razeto, 1984).

La economía cooperativa y las nuevas organizaciones territoriales: cultura popular y racionalidad económica alternativa

Aunque en la economía cooperativa las actividades productivas y sociorreproductivas se basan, primordialmente, en prácticas solidarias, la producción para mercados localizados fuera de la comunidad impone algunas condiciones especiales en las organizaciones económicas populares. Las organizaciones productivas no constituyen cooperativas (Ross y Usher, 1986) ni microempresas organizadas conforme a los principios protocapitalistas.

La típica organización económica popular tiene las siguientes características: es de pequeña escala (con seis a treinta trabajadores); su estructura minimiza las relaciones jerárquicas y promueve los procesos colectivos de toma de decisiones, la cual tiende a trascender las fronteras del grupo, legitimando y valorando su participación en todos los estamentos de la vida comunitaria (Cruz, 2006; Raczynski y Serrano, 1987; Raczynski, 1987; Hardy, 1986). Esta organización mantiene una relación dual con la comunidad territorial, basada tanto en reciprocidades, como en intercambios de mercado; este tipo de organiza-

ción posee un marcado carácter territorial, y la disposición de recursos, así como la selección de miembros depende, en gran medida, de las capacidades y necesidades particulares que se encuentren en los grupos sociales, cuyos objetivos formulados constituyen primordialmente una respuesta a las necesidades concretas de cada comunidad. A partir de los elementos señalados es posible aventurar el argumento de que las organizaciones populares de la economía cooperativa funcionan con una lógica particular, pero no son completamente capitalistas.

En primer lugar, su racionalidad se sustenta en la igualdad entre miembros (tanto en la propiedad como en la participación del mercado, distribución de ingresos, ganancias y servicios. Segundo, en su interior no se espera que todo el trabajo realizado por un miembro genere necesariamente ganancias monetarias; además, no siempre lo que un miembro recibe como retribución corresponde exactamente al valor de su trabajo. Tercero, el factor organizativo de los recursos humanos y materiales disponibles va más allá de la acumulación de capital. Cuarto, por esta razón, en la economía cooperativa la idea de eficiencia adquiere una nueva dimensión, que no se considera solamente en términos de costos-beneficios. El desarrollo de habilidades técnicas, el orgullo por el trabajo, las satisfacciones emocionales y psicológicas obtenidas, el crecimiento personal y un aumento tangible del control sobre sus propias vidas por parte de los miembros, son

variables importantes e inconmensurables. Quinto, dado su carácter territorial y consecuente tendencia a desarrollar “articulaciones hacia adentro”, estas organizaciones tienden a establecer lazos con las comunidades donde están asentadas, evidentes en las actividades que denotan marcado interés por la comunidad.

Esta tendencia territorial contrasta con el carácter “funcional” prevaleciente en el espacio económico capitalista, donde el lucro constituye el móvil principal. No es necesario subrayar, entonces, la importancia territorial o el espacio donde esta lógica desarrolla una memoria colectiva (Cruz, 2006). Por tales motivos, el contenido de esta “economía popular solidaria” (Razeto, 1987; Hardy y Razeto, 1984) o “sector cooperativo” (Friedmann y Salguero, 1987) es altamente *cultural* y no solamente económico (Palma, 1987; Hardy, 1986; Cruz, 2006).

Tal peculiaridad tiende a dar un significado al modo en que las relaciones entre los seres humanos (y los recursos materiales) toman forma. Esto ocurre a medida que los lazos de solidaridad que se desarrollan a partir de reciprocidades diádicas y unívocas, se consolidan en un medio democrático cuyo corazón es la praxis social colectiva (Mainwaring, 1985; Lomnitz, 1980).

Conceptos como participación, capacitación y aprendizaje social son básicos para entender las condiciones que propician los patrones culturales descritos, los cuales con-

tribuyen a que la gente obtenga mayor control sobre su producción y desarrollo económicos.

Participación, capacitación, aprendizaje social y la formación de identidades sociales

La gran variedad de organizaciones populares existentes corresponde a las muy diversas condiciones y necesidades de las comunidades populares. A pesar de esta heterogeneidad, existen ciertos elementos proclives a conformar una identidad popular común. La base territorial que las organizaciones comparten es el primer elemento. Un barrio, o para el efecto cualquier otra comunidad territorial, tiene una historia, una vida colectiva y un sistema de relaciones que los distinguen de otros barrios o comunidades territoriales (Friedmann, 1984; Borja, 1983). Este carácter territorial no sólo es una localización geográfica específica de la gente y las organizaciones colectivas, sino que les imprime un significado común; los objetivos de cada organización derivan de las múltiples necesidades insatisfechas en la comunidad. Así, en parte, la identidad popular la determinan las condiciones materiales.

Otro elemento clave lo constituye la nueva orientación cultural que choca con el individualismo, la jerarquía, la subordinación y la pasividad, incentivadas en el orden existente. Esta orientación cultural parece emerger de la fusión de los valores emanos de la participación, capacitación y procesos de aprendiza-

je social ocurridos en el contexto de estas organizaciones productivas, con los valores culturales tradicionales de la población (Fals-Borda, 1987; Palma, 1987; Hardy, 1986; Tovar, 1986, Cruz, 2006). Una identidad popular conducente a valorar en su dimensión real las prácticas democráticas y la necesidad de participación activa en la comunidad política sólo tomará forma real cuando esta nueva orientación cultural se extienda y se vuelva parte integral de la vida comunitaria.

La participación en organizaciones económicas populares (OEP) genera procesos de capacitación, autopotenciamiento y aprendizaje social. Los primeros se relacionan directamente con el aumento de la capacidad de la gente para organizar diversos frentes de acción que les permiten aumentar, paulatinamente, el control de por lo menos algunas de las variables que afectan su vida cotidiana (Cruz, 2006). Este proceso de autopotenciación consta de cuatro fases conceptuales: visión, teoría de la realidad, estrategia y acción (Friedmann, 1987). La visión es fundamental para determinar posibles campos de acción. La acción requiere de conocimientos previos (teoría) que permitan el diseño de estrategias. La acción y la experiencia adquirida aumentan el conocimiento (teoría) y, por lo tanto, son la base de una mejor visión (Friedmann, 1987).

Este proceso se genera de las actividades de las OEP, cuando los miembros se ven forzados a enfrentarse a problemas de orden económico o técnico en su vida cotidiana.

La capacidad aumentada de los individuos, las unidades domésticas y la comunidad en general, para acceder a las bases del poder social, como el espacio, tiempo, conocimiento, información, organización, recursos financieros y medios de producción, permiten aumentar su efectividad gradualmente dentro de la sociedad (Friedmann, 1987).

El aprendizaje social, por otra parte, se refiere al proceso de corrección de errores en el curso de la acción: se aprende de los errores, lo cual implica un movimiento pendular constante entre la teoría y la práctica. Las condiciones de las OEP son también óptimas para el surgimiento de procesos de aprendizaje social por su carácter propositivo, su pequeña escala y su naturaleza democrática: jerarquía mínima, interacción cara a cara, individualización de los problemas, diálogo y relaciones basadas en la confianza (Friedmann, 1984).

La experiencia adquirida a través de los procesos de capacitación y aprendizaje social tienden a transformar gradualmente las identidades sociales pasivas en activas. Ello se traduce en una mayor participación ciudadana en todas las facetas de la vida social, lo que, en consecuencia, aumenta las posibilidades de la evaluación crítica de la sociedad y la necesidad de transformarla.

Por esta razón, la relevancia de las organizaciones económicas populares va más allá del orden económico, pues propugnan por cambios en los patrones tradicionales de la

economía barrial o comunidad. Poco a poco, los individuos dejan de constituir “sujetos pasivos” y asumen la actitud de “actores” que incidan al máximo posible los procesos que repercuten en sus vidas.

Los casos de Atuntaqui y Otavalo

Lo que aprendemos de estas dos ciudades de los Andes ecuatorianos es mucho más que las estrategias económicas que conduzcan a políticas que promuevan el desarrollo sostenible. Ambas ciudades demuestran la importancia del lugar y el proceso del aprendizaje social realizado en estos espacios de la sociedad civil, sobre una base cotidiana.

Por otra parte, son un rico laboratorio para el pensamiento crítico acerca del papel de la cultura, el lugar y la sostenibilidad en un contexto de una economía globalizada. Asimismo proporcionan una gran riqueza paisajística que promueve la investigación contemporánea sobre el desarrollo “desde abajo”.

En otro orden, las experiencias de Atuntaqui y Otavalo nutren un discurso crítico que informa a la teoría de la planificación y el diseño urbano, asimismo enriquece la bibliografía especializada en relación con las estrategias de supervivencia en la teoría del desarrollo comunitario.

Estos dos casos abren la posibilidad de nuevas investigaciones sobre la construcción social de “lugar” y su implicación en modelos de desarrollo económico local. De igual modo,

el presente análisis apunta a posibles enlaces con un marco teórico desarrollado en América Latina acerca de la supervivencia y la cultura territoriales.

Fuentes

- Acheson, James M. (1989), “Management of Common Property Resources”, en S. Plattner (ed.), *Economic Anthropology*, Stanford: Stanford University Press.
- Acheson, James M., y Roy J. Gardner (2004), “Strategies, Conflict and the Emergence of Territoriality: The Case of Maine Lobster Industry”, *American Anthropologist*, vol. 106, núm. 2: 296-307.
- Arcos, Xavier (2006), “Results of Unido Project Aimed at Supporting Clusters in Textiles and Garments”, Unido Documents núm. 57219, en <<http://www.unido.org/doc/57219>>, consultada en agosto de 2010.
- Bourdieu, Pierre (1998), “The Myth of ‘Globalization’ and the European Welfare State”, en *Acts of Resistance: Against the Tyranny of the Market*, 29-44. Nueva York: New Press.
- Borja, J. (1983), “Los actores sociales en la construcción de la sociedad”, *Ciudad y Territorio*, núms. 57-58.
- Camaroff, Jean y John L. Camaroff (2000), “Millennial Capitalism: First Thoughts on a Second Coming”, *Public Culture*, vol. 12, núm. 2: 291-343.

- Caniels, Marjolein C.J. y Henny Romijn (2004), "Technology Learning in Small Enterprise Clusters: Conceptual Framework and Policy Implications", en Suni Mahi y Henny Romijn (eds.), *Innovation Learning and Technological Dynamism of Developing Countries*, Nueva York: United Nations University Press.
- Castells, Manuel y Alejandro Portes (1989), "World Underneath: The Origins, Dynamics and Effects of the Informal Economy", en Alejandro Portes, Manuel Castells y Lauren A. Benton (eds.), *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, Baltimore, The John Hopkins University Press.
- Colloredo-Mansfeld, Rudi (2002), "An Ethnography of Neoliberalism: Understanding Competition in Artesan Economies", *Current Anthropology*, vol. 43, núm. 1: 113-137.
- Cruz, Marcelo (2006), "Little San Salvador: Identity of Places/Places of Identity in an Inner City Enclave of Los Angeles, California", *The Journal of Latino-Latin American Studies*, vol. 2, núm. 1.
- El Comercio* (2012), "Atuntaqui conquista con su creatividad", 20 de febrero.
- El Comercio* (2009), "Restricciones: oportunidad de textileros", 26 de febrero.
- Dolsak, Nives y Elinor Ostrom (eds.) (2003), *The Commons in the New Millennium: Challenges and Adaptations*, Cambridge: MIT Press.
- Fals-Borda, O. (1987), *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis*, Bogotá: Tercer Mundo.
- Friedmann, John (1987), *Planning in the Public Domain: From Knowledge to Action*. Princeton: University of Princeton Press.
- Friedmann, John (1984), "Agropolitan Development: A Territorial Approach to Meeting Basic Needs", en D.C. Korten, y R. Klaus (eds.), *People Centered Development*, Hartford: Kumarian.
- Friedmann, John y Salguero (1987), "The Barrio Economy and Collective Self-Empowerment in Latin America: A Framework and Agenda for Research", *Comparative Urban and Community Research*, vol. 1: 1-45.
- Gudeman, Stephan (2001), *The Anthropology of Economy*, Malden, MA: Blackwell.
- Hardy, C. (1986), *Hambre más dignidad igual a ollas comunas*, Santiago de Chile: PET-Academia de Humanismo Cristiano.
- Hardy, C. (1985), "Estrategias organizadas de subsistencia: los sectores populares frente a sus necesidades en Chile", en Sudene, DEA, IAF, CJC (eds.), *Seminario interamericano sobre pequena produção urbana*, Recife: Sudene.
- Hardy, C. (1984), *Los talleres artesanales de Conchalí*, Santiago de Chile: Programa

- de Economía del Trabajo (PET), Academia de Humanismo Cristiano.
- Hardy, C. y L. Razeto (1984), "Sector informal y concertación social" (manuscrito inédito).
- Lessig, Lawrence (2001), *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in an Interconnected World*, Nueva York: Vintage Press.
- Lomnitz, L. (1980), *Cómo sobreviven los marginados*, México: Siglo XXI.
- Mainwaring, S. (1985), "Grassroots Popular Movements and the Struggle for Democracy: Nova Iguacu, 1974-1985", South Bend, Indiana, The Helen Kellogg Institute, University of Notre Dame, (documento de trabajo, 52).
- McCay, Bonnie (2002), "Emergence of Institutions for the Commons: Contexts, Situations, and Events", en E. Ostrom *et al.* (eds.), *The Drama of the Commons*, Washington, D.C.: National Academy Press.
- McCay, Bonnie J. y James M. Acheson (1987), "Human Ecology of the Commons", en B.J. McCay y J.M. Acheson (eds.), *The Question of the Commons: The Culture and Ecology of Communal Resources*, Tucson: University of Arizona Press.
- Meisch, Lynn A. (2002), *Andean Entrepreneurs: Otavalo Merchants and Musicians in the Global Arena*, Austin: University of Texas Press.
- Meisch, Lynn A. (1998), "The Reconquest of Otavalo, Ecuador: Indigenous Economic Gains and New Power Relations", *Economic Anthropology*, vol. 19 (Stamford, CT: JAI Press).
- Mitullah, Winnie (1999), "Lake Victoria's Nile Perch Industry: Institutions, Politics, and Joint Action", Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex (IDS Working Paper, 87).
- Murillo, G. y M. Lanzetta (1984), "La articulación entre el sector informal y el sector formal en la economía urbana: el caso de Bogotá", en Clacso, *Ciudades y sistemas urbanos*, Buenos Aires: Clacso.
- Nonini, Donald (ed.) (2007), *The Global Idea of "the Commons"*, Nueva York: Berghahn.
- Nonini, Donald (2006), "Introduction: The Global Idea of 'the Commons'", *Social Analysis*, vol. 50, núm. 3: 164-177.
- Ostrom, Elinor (1990), *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Nueva York: Cambridge University Press.
- Palma, D. (1987), *La informalidad, lo popular y el cambio social*, Lima: Desco.
- Peattie, L.R. (1980), "Anthropological Perspectives on the Concepts of Dualism, the Informal Sector, and Marginality in Developing Economies", *International Regional Science Review*, vol. 5: 1-31.
- Porter, Michael E. (2000), "Attitudes, Values, Beliefs and the Microeconomics of

- Prosperity”, en L.E. Harrison y S.P. Huntington (eds.), *Culture Matters: How Values Shape Human Progress*, Nueva York: Basic Books.
- Porter, Michael E. (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, Nueva York: Free Press.
- Raczynski, D. (1987), “Estrategias de [supervivencia] en sectores populares urbanos”, en P. Dodnery R. Urjine (eds.), *La opción preferencial por los pobres*, Santiago de Chile: CISOC.
- Raczynski, D. y C. Serrano (1987), *Vivir la pobreza: testimonios de mujeres*, Santiago de Chile: Alfabeta Impresores.
- Ramírez, A. (1986), *Comprando juntos frente al hambre*, Santiago de Chile: Programa de Economía del Trabajo (PET)-Academia de Humanismo Cristiano.
- Rivoli, Pietra (2006), *The Travels of a T-Shirt in the Global Economy*, Hoboken, N.J.: John Wiley and Sons.
- Ross, D.P. y P.J. Usher (1986), *From the Roots Up: Economic Development as if Community Mattered*, Croton on the Houdson, N.Y: The Bootstrap Press.
- Roux, F. de (1986), “Reflexiones y experiencias sobre procesos de producción popular”, en Sudene, DEA, IAF, CJC (eds.), *Seminario interamericano sobre pequeña producción urbana*, Recife: Sude-
ne.
- Schmitz, Hubert (1995), “Small Shoemakers and Fordist Giants: A Tale of a Super-cluster”, *World Development*, vol. 27, núm. 9: 1503-1514.
- Schmitz, Hubert y Khalid Nadvi (1999), “Clustering and Industrialization: Introduction”, *World Development*, vol. 27, núm. 9: 1503-1514,.
- Tovar, T. (1986), “Barrios, ciudad, democracia y política”, en E. Ballon (ed.), *Movimientos sociales y democracia: la fundación de un nuevo orden*, Lima: Desco.
- Trouillot, Michel-Rolph (1999), “Close Encounters of the Deceptive Kind: The Anthropology of the State in the Age of Globalization”, ponencia presentada en el quinto aniversario de la fundación de Antropología en Stanford University.
- Vesser, Evert-Jan (2000), “Structural Adjustment and Cluster Advantages: A Case from Peru”, en A. Sverrisson y M.P. van Dijk (eds.), *Local Economies in Turmoil: The Effects of Deregulation and Globalization*, Nueva York: St. Martin’s Press.
- Wolfe, David A. y Matthew Lucas (2005), *Global Networks and Local Linkages: The Paradox of Clusters Development in an Open Economy*, Montreal: McGill-Queen’s University Press-School of Policy Studies, Queen’s University.