



**HAL**  
open science

## El brócoli en Ecuador : la fiebre del oro verde

Julie Le Gall

► **To cite this version:**

Julie Le Gall. El brócoli en Ecuador : la fiebre del oro verde: Cultivos no tradicionales, estrategias campesinas y globalización. Anuario Americanista Europeo, 2009, 6-7, pp.261-288. hal-00679543

**HAL Id: hal-00679543**

**<https://hal.science/hal-00679543>**

Submitted on 15 Mar 2012

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# El brócoli en Ecuador : la fiebre del oro verde. Cultivos no tradicionales, estrategias campesinas y globalización

Julie Le Gall<sup>1</sup>

*Texto traducido del francés por Natalia D'Aquino*

**Resumen :** *La especialización en un cultivo de exportación no tradicional es una de las respuestas de los países del Sur a los procesos de globalización que afectan a la agricultura. En efecto, desde la década de los noventa, se observa en la parte andina de Ecuador, que presenta condiciones relativas a los días de sol y a la altitud únicas en todo el mundo, una verdadera fiebre del brócoli, producido en gran parte en haciendas y destinado a ser congelado. Sin embargo, los pequeños productores, a quienes se cree marginalizados y empobrecidos, no han sido excluidos de esta lógica de nicho económico y forman parte de la recomposición del mundo rural que conlleva. Con la ayuda de una ONG nacional, unos cuantos han podido integrarse a varios niveles: más allá de la producción, la estrategia campesina que se ha adoptado consiste en la creación de redes de comercialización. Se trata de redes verticales entre espacios de producción, de transformación, de exportación, y de redes horizontales entre pequeños productores ecuatorianos y andinos que intercambian sus experiencias. En contrapartida, las repercusiones de este nuevo cultivo en términos de desarrollo son muy locales e invitan a distinguir entre varias comunidades de la Sierra (Ibarra, Riobamba), y entre los productores en el seno de cada comunidad. De este modo, se comprueba que la integración se basa sobre todo en los pequeños productores que ya están sólidamente organizados, y tiende entonces a reforzar estos lazos, dando al territorio una identidad fundada en su capacidad para la innovación.*

**Summary:** *Specialisation in non traditional export crops is, to southern countries, a means of responding to the globalisation process affecting agriculture. Hence, since the 1990's, an actual broccoli rush is observed in Ecuador's Andean region – which offers worldwide unique sun and altitude conditions. Broccoli is mainly produced in haciendas and aimed for frozen foods. However small-scale farmers, said to be marginalised and pauperised, are not excluded from this economic niche and partake in the recomposition it entails in the rural world. With support from a national NGO, some have been able to adjust at different levels: beyond production, the development of marketing networks is the farming strategy they embrace. Such networks are vertical through production, processing and export stages; they are also horizontal amid small Ecuadorian and Andean farmers exchanging experiences. In return, consequences of these new crops in development terms are very localised and suggest differentiating a number of communities in the Sierra (Ibarra, Riobamba), as well as among farmers within each community. Integration thus seems to mainly rely on small farmers already strongly organised, then tends to strengthen such bonds, providing their territory with an identity based on their own capacity for innovation.*

**Palabras clave :** Comercialización, globalización, agricultura campesina, estrategia campesina, cultivo de exportación, brócoli, Andes, Ecuador.

**Keywords :** Comercialization, globalisation, farmers' agriculture, farming strategy, export cultivation, broccoli, Andes, Ecuador

“**A**l brócoli ecuatoriano nadie lo detiene en el mercado mundial”, publicaba el diario ecuatoriano *Hoy*, a comienzos del año 2005. “El brócoli, producto bandera dentro de los no tradicionales de exportación”, resaltaba la revista *Emprendedores*, en agosto de 2004<sup>2</sup>. Ante el proceso de la globalización que afecta a la agricultura, Ecuador, como tantos otros países del Sur<sup>3</sup>, respondió especializándose en productos de exportación no tradicionales para los que las condiciones relativas a la luminosidad y a la altitud confieren insuperables ventajas. Desde la década de los noventa, se observa una auténtica fiebre del brócoli en la región andina de Ecuador, mayormente en haciendas en las llanuras de altura del sur de Quito. Alimentan cinco agroindustrias transnacionales que congelan y exportan el brócoli.

Entre las experiencias mundiales de apertura de mercado y especialización en productos no tradicionales, el papel de los pequeños productores no siempre se encuentra definido con claridad. E. Mesclier y J.-L. Chaléard escriben sobre la especialización peruana en el mango : “nos damos cuenta de que la participación de los pequeños productores no es para nada común” (Chaléard, Mesclier, 2005). Al estudiar el caso similar del cultivo de brócoli en México, B. Marañón concluye que “la pequeña producción enfrenta fuertes barreras para entrar en la actividad [del cultivo de brócoli para su exportación] y esa situación le impide convertirse en un actor clave de la agroexportación no tradicional” (Marañón, 2002).

No obstante, el verde ligeramente azulado característico de los campos de brócoli no sólo se encuentra en las haciendas del centro del país : también se encuentra junto a otros cultivos, a unos 140 km hacia el sur, en la provincia de Chimborazo, alrededor de Riobamba. Gracias a la ayuda de una ONG nacional, CESA<sup>4</sup>, los pequeños productores de tres comunidades cultivan y comercializan brócoli para las mismas agroindustrias de congelados de exportación. De ese modo, gracias a este cultivo no tradicional, los espacios locales parecen conectarse directamente con las redes comerciales mundiales. ¿Cómo los pequeños productores, a quienes se cree marginalizados y empobrecidos, pueden integrarse a la globalización ? ¿Qué mutaciones se producen en las comunidades y sus territorios con tal conexión en una nueva escala ?

Para analizar este caso de estrategia campesina y de recomposición de territorios locales ante la globalización, en un primer momento describiremos las condiciones de expansión del nuevo cultivo de exportación en Ecuador y las posibilidades de participación de los pequeños productores. Luego, demostraremos que los productores, más allá de la producción, integran redes verticales entre espacios de producción, transformación y exportación y, a su vez, redes horizontales entre pequeños productores ecuatorianos y andinos. Finalmente, veremos las repercusiones, aún a escala local, de la integración de este nuevo cultivo, y las mutaciones económicas, sociales y ambientales observadas que permiten diferenciar comunidades de productores según su grado de integración.

### “Y AHORA, TODO ES PURO BRÓCOLI” : LAS CONDICIONES DE EXPANSIÓN DE UN NUEVO CULTIVO DE EXPORTACIÓN

En Ecuador, el cultivo de brócoli lleva una doble reacción : por un lado, al cultivarlo y buscar la oportunidad de sembrarlo, todos los agricultores de la Sierra<sup>5</sup> asisten y participan de su expansión ; por otro, esos mismos agricultores observan asombrados ese fenómeno, ya que nunca antes habían visto brócoli ni comen habitualmente brócoli. Evaluar en ese boom la parte de los pequeños productores, que tienen menos de 5 ha, es difícil<sup>6</sup>. Cruzando distintos datos, se podría decir que representan alrededor del 10 % del volumen de brócoli producido. Sobre todo, es importante destacar que el 98 % de la producción ecuatoriana de brócoli está destinado a la exportación : es decir que el brócoli es parte de la economía familiar de los pequeños productores, que comercializan la mayor parte de su producción (el 90-95 %) para el mercado mundial. ¿Cuál es el origen del cultivo de brócoli en Ecuador ? ¿ En qué condiciones los pequeños productores participan en este nuevo boom económico ?

#### *Ecuador y los cultivos de exportación no tradicionales*

Con el modelo neoliberal y las políticas de ajuste estructural de los años ochenta, los países productores asisten a la privatización de las cadenas agroindustriales y a una profunda recomposición de sus agriculturas. De este modo, los países de América latina bus-

can nuevos modos de inserción en las corrientes de intercambio internacional (Linck, 1992) y se vuelcan hacia los productos de exportación no tradicionales, más específicos que los grandes productos tradicionales de exportación (cereales y antiguos productos tropicales como el café, el azúcar, los plátanos...).

Dentro de tal contexto, dos nichos se abren: uno hacia productos de una calidad nueva y otro hacia productos nuevos. Vemos desarrollarse en la Sierra ecuatoriana dos nuevos cultivos : las rosas y el brócoli. La cadena productiva de brócoli en Ecuador (cultivo y comercialización) comenzó en 1990 y mostró un crecimiento fuerte y constante durante todo el decenio; la expansión del cultivo y la consolidación de este mercado fueron decisivos desde 2000<sup>7</sup>. Según CORPEI<sup>8</sup>, el brócoli, se convirtió en el segundo producto no tradicional de exportación, después de las rosas<sup>9</sup>. Ecuador logró salir adelante hábilmente a escala mundial: es el noveno productor de brócoli fresco y se ubica entre los tres primeros proveedores europeos de brócoli congelado (sobre todo en Alemania). No son los principales polos exportadores, China e India, quienes compiten con Ecuador, sino los principales polos productores : Estados Unidos, España e Italia para el brócoli fresco, y México y Guatemala para el brócoli congelado. En total, entre la producción y la transformación, el brócoli genera más de 11 500 puestos de trabajo y mantiene a más de 4 000 familias en Ecuador (Aprofel, 2003).

*Un estrechamiento de escala: cuando la Sierra se viste de verde*

Factores externos e internos explican el boom del brócoli en la Sierra. Muestran además “ventajas competitivas” (Dollfus, 1999:63) del Ecuador para este producto no tradicional: corresponden a un estrechamiento de escala a nivel espacio (a una región del país le corresponde un cultivo), y tiempo (la satisfacción de la demanda de los países del norte en época de contra estación).

En primer lugar, la expansión del cultivo de brócoli puede explicarse a través de una situación mundial favorable : el boom del brócoli fue posible gracias a un aumento creciente de su demanda. Como explica B. Marañón, la constitución de las nuevas cadenas ya no se origina en las agroindustrias alimenticias como en los años setenta, sino en los consumidores y distribuidores (Marañón, 2002). Asimismo, al brócoli se lo reconoce por su elevado valor

nutricional y se lo considera un “poderoso anticancerígeno” en los principales países consumidores. Además, el brócoli se beneficia del contexto de apertura ecuatoriano : las infraestructuras viales y portuarias permiten exportarlo rápidamente ; la liberalización permite instalar agroindustrias transnacionales; y algunos organismos relevan al Estado en el sostén de la agricultura. Es así como, en 1997, se creó CORPEI como una institución privada sin fines de lucro para la investigación de exportaciones y la promoción de los productos ecuatorianos no petroleros en el mercado externo<sup>10</sup>.

La Sierra ecuatoriana reúne incomparables ventajas geográficas para la producción de un buen brócoli. Dada su posición con respecto a los rayos del sol, posee una luz única en el mundo que pinta los floretes de un color verde intenso<sup>11</sup> ; además, el cultivo en altura (2700-3200 metros) limita la presencia de plagas y hace que los floretes tengan una compacidad óptima ; por último, gracias a una temperatura y un rendimiento estables a lo largo del año, se puede producir continuamente, a razón de tres cosechas anuales (un ciclo productivo dura entre 12 y 15 semanas)<sup>12</sup>. La Sierra también posee una ventaja demográfica : este espacio montañoso, amplio de 100 a 200 kilómetros, es la región más poblada de todo Ecuador y concentra alrededor de la mitad de los 12 millones de habitantes del país, principalmente, alrededor de los polos urbanos Ibarra-Quito al norte, Latacunga-Ambato-Riobamba en el centro y Cuenca-Loja al sur (ver mapa de localización). En esa zona tan densamente poblada, se cultivan hortalizas y cereales hasta 3 600 metros de altura sobre las laderas de las montañas. Para las agroindustrias de congelados, la región ofrece una mano de obra abundante y conocedora de la agricultura.

La producción nacional está muy concentrada :

- En cuanto al espacio : la Sierra produce el 99 % de brócoli<sup>13</sup>. Las provincias del centro del país de Cotopaxi, Pichincha e Imbabura (desde el sur hacia el norte) representan el 95 % de la producción nacional y los mejores rendimientos, que oscilan las 23,5 t/ha.
- En cuanto a la estructura empresarial : cinco compañías dominan el mercado de brócoli congelado de exportación : Provefruit, Ecofroz, Padecosa IQF, Valley Foods y Pilvicsa.
- En las grandes explotaciones : los dos tercios de la producción provienen de grandes haciendas que superan las 100 ha y repre-



sentan el 7 % del total de las explotaciones. Entonces, aunque se diga que el 93 % de los productores son pequeños (menos de 20 ha) o medianos (entre 20 y 100 ha de superficie), ellos sólo producen el tercio del volumen total de brócoli. Por producir brócoli en explotaciones chicas con pequeños productores, la zona de estudio de Riobamba, la ciudad principal de Chimborazo, es un caso muy particular en la producción de brócoli de exportación.

### *Las condiciones de ingreso de los pequeños productores*

En Ecuador, la reforma agraria ecuatoriana fue parcial : a la vez, existen haciendas (como las del centro, alrededor de Lasso, Machachi) y pequeñas explotaciones (como alrededor de Riobamba). En el caso andino, los “pequeños productores” son los campesinos que encabezan explotaciones familiares, inferior a las 5 ha, poco capitalizadas, donde sobre todo se producen bienes para la reproducción de la familia y la unidad económica. Integran un territorio y/o una comunidad.

Dentro del panorama del brócoli en Ecuador, la provincia de Chimborazo produce sólo el 2 % del brócoli, y es una de las más pobres del país, con más unidades productivas que no superan 1 ha<sup>14</sup> : la mayoría de los agricultores consultados poseen entre una o dos cuadras<sup>15</sup> : Las densidades alrededor de Riobamba son muy elevadas, superando los 300 hab/km<sup>2</sup>. El espacio agrícola, que se ubica por sobre los 2 800 metros de altura, está dominado por el cultivo de maíz y patatas y, según las posibilidades de irrigación, por hortalizas como cebollas, zanahorias, coles, destinados al mercado de Riobamba o al de Guayaquil. Los productores no siempre son propietarios<sup>16</sup>. Los habitantes se agrupan en comunidades, de las que forman parte tanto mestizos como indígenas<sup>17</sup>.

El estudio se focalizó en tres comunidades localizadas a unos 20 kilómetros de Riobamba. La ONG nacional CESA organizó la creación de tres agrupaciones de productores de brócoli o “empresas” constituidas por productores que posean menos de 5 ha de terreno, con recursos naturales y sociales suficientes como para llevar una actividad productiva destinada a la comercialización; en este caso, para la agroindustria de congelados IQF. El grupo de Gatazo Zembrano fue el punto de partida para un proyecto más amplio de comercialización de hortalizas del Chimborazo, que comprende hoy en día dos grupos más : Licto

y San Pedro de Llucud<sup>18</sup>. Las empresas presentan características distintas (ver Cuadra) :

- La comunidad de Gatazo Zembrano se localiza en una de las zonas privilegiadas de la provincia y dispone de buenas tierras y de agua; en una llanura ligada a los ejes de comunicación con la Costa y la Sierra. La comunidad es famosa por el cultivo intensivo de hortalizas desde principios de los noventa (cebollas blancas) e introduce brócoli desde 1998, en asociación con el proyecto de CESA. La empresa Huertas Gatazo se fundó en 2000 y es la más grande de las tres ya que cuenta con 111 miembros, y reagrupa las producciones de brócoli de 400 productores situados en cinco comunidades vecinas, siendo 16 toneladas por día que corresponden a 400 000 plantas por semana.
- La comunidad de San Pedro de Llucud se localiza en los altos del cantón de Chambo y presenta tierras agrícolas de una excelente calidad en las laderas montañosas. La producción, esencialmente hortícola, está destinada al mercado de Riobamba. La comunidad se destaca por su fuerte organización social y por su cohesión. La producción de brócoli comenzó en 1999 pero la entrega a IQF se realizó recién a partir de 2004. En junio de 2005 se creó la empresa de comercialización conformada por 35 miembros (en igual proporción de hombres y mujeres), que siembra 75 000 plantas por semana y entrega aproximadamente 24 toneladas de brócoli fresco por semana.
- La comunidad de Licto está en una de las zonas más pobres de la provincia, caracterizada por una marcada emigración masculina hacia Guayaquil, Riobamba y Quito. La actividad productiva estaba limitada al maíz, el trigo, la cebada y algunas papas para el consumo propio hasta que se hizo efectiva la cooperación CESA en los ochenta. Se implementó un sistema de riego y se capacitó a los productores para uso del agua, lo que permitió el desarrollo del cultivo de hortalizas. La empresa de comercialización Licto nació en 2001, luego de la consolidación de la producción de papas y brócolis. Desde el punto de vista de los recursos hidrológicos, el cultivo del brócoli resulta incierto, pero la empresa siembra igualmente 20 000 plantas por semana y entrega la producción de brócoli fresco a Gatazo o Llucud, quienes lo envían a la agroindustria IQF. La empresa cuenta con 34 miembros de los cuales la mayoría se dedica al cultivo de la papa.



*Cuadro n° 1: Presentación de las tres empresas de comercialización de brócoli estudiadas*

	Año de creación	Cantidad de miembros	Cantidad de productores de brócoli	Cantidad de plantas cultivadas por semana	Productos anteriores al brócoli	Zona de apertura anterior al cultivo del brócoli
Huertas Gatozo Zambrano	2000	108	400	400.000	Cebollas, zanahorias (intensivo), otras hortalizas	Guayaquil, Riobamba, Quito
Asociación San Pedro de Lluand	2001 (personería jurídica 2005)	35	70	75.000	Hortalizas	Chambo, Riobamba
Licte	2001	34	15	20.000	Méiz, trigo, cebada	Autoconsumo

NB : No es necesario ser miembro de la empresa para producir.

Fuente : entrevistas.

El cultivo de brócoli en manos de pequeños productores de la zona de Riobamba descansa sobre tres elementos concordantes que se encuentran tanto en la fase de innovación como en la de expansión del cultivo: la presencia de actores emprendedores, la asociación con una agroindustria de congelados y el respaldo de una ONG.

- Actores emprendedores capaces de innovar

Algunos productores comenzaron a cultivar brócoli a partir de 1999-2000 : ellos son los “actores emprendedores”. El cultivo de brócoli por pequeños productores está relacionado a su capacidad de innovación : para su tesis de agronomía, uno de los primeros productores buscaba un tema original, que fuese a la vez una producción alternativa y una nueva puerta de salida para los demás productores de la comunidad. En un primer momento, esos primeros productores de brócoli lograron convencer a otros : los pioneros entrevistados relatan su curiosidad e inquietud durante la primera cosecha, luego cómo hicieron la promoción del producto. Esos “innovadores” también son esenciales para comprender la expansión del cultivo : compran nuevos terrenos<sup>19</sup> y su ejemplo incita a la vez a otros productores a sembrar sus parcelas con brócoli. Por sobre todas las cosas, esos pioneros también lograron convencer a las agroindustrias exportadoras de que se uniesen a pequeños productores, algo no era tan evidente. Al relatarnos su búsqueda de financiamiento para hacer su tesis, el primer productor cuenta que cuando decía que los productores poseían menos de

7 ha, las agroindustrias le cerraban la puerta, hasta que finalmente una de ellas se decidió. Hoy, de las cinco agroindustrias de congelados que producen brócoli congelado, sólo IQF trabaja junto a pequeños productores ; las otras se niegan.

- Asociarse a una empresa exportadora

IQF no trabaja con los pequeños productores por caridad (Bustamante Alvaréz, 1998), entonces, ¿cuáles son las ventajas y los riesgos para las industrias ? De entrevistas con distintos dirigentes se deducen varios elementos, a saber : en primer lugar, IQF es la única industria que no concentra el total de su producción en la zona central de Ecuador. Produciendo en Ibarra, al norte, o en Riobamba, al sur, por un lado, se resguardan de un riesgo de granizo y también de una pérdida total de la producción y, por otro, se aseguran la disponibilidad de mano de obra. Efectivamente, en Machachi, donde las haciendas dominan, la presencia de todas las agroindustrias ejerce una presión sobre la mano de obra local : los agricultores son pocos y la mano de obra (tanto para la producción como para la transformación) proviene de Quito o de la provincia de Chimborazo. Por el contrario, tanto al sur como al norte, los productores son numerosos y emplean su propia mano de obra (generalmente familiar). Además, si bien trabajar con pequeños productores presenta determinados riesgos, como una incorrecta manipulación de las dosis de fertilizantes o una distribución de brócoli heterogénea cuya presentación y calidad no corresponden a las exigencias internacionales, las industrias reconocen la calidad del producto. El director de Valleyfood sostiene que “los grandes productores no prestan mucho cuidado al brócoli ya que, para ellos, perder algunos kilos no representa demasiado, lo que no es el caso para los productores de Riobamba. Aquí, los productores son propietarios y prestan mucha atención pues se trata de su propio terreno y todo su capital ; en las grandes haciendas, los técnicos y empleados no son propietarios ni prestan el mismo cuidado a la tierra”. De la misma manera, la responsable de calidad de IQF reconoce la excelencia del brócoli de Gatazo.

Por tanto, la asociación entre pequeños productores y una agroindustria multinacional puede expandirse, pero las entrevistas dejaron ver que depende de una doble consolidación, de la cadena y de los productores. Los agricultores siembran porque existe un merca-

do seguro. Efectivamente, cuando la primera agroindustria de congelados de Riobamba quebró en 2000, los productores lo perdieron todo. En tal caso, los agricultores pierden la confianza y se resisten a volver sembrar. Esta experiencia explica la diferencia temporal entre el cultivo de brócoli en las haciendas del centro del país y su difusión hasta los pequeños productores : los últimos se insertan en redes ya consolidadas pues carecen de un capital que les permita asumir los riesgos de una cadena poco fiable. Por otro lado, las industrias sólo cierra contratos con grupos consolidados. Un productor confiesa “para mí, IQF trabaja con pequeños productores porque para ellos es como si se tratase de una sola y misma hacienda pues nos encargamos de reunir la producción”. Al observar las cifras, efectivamente podemos ver que Gatazo entrega el 25 % del volumen de la agroindustria, tanto como cualquier otra hacienda central. Un pequeño productor por sí mismo no puede entregarle a una industria: es aquí cuando interviene la asociación entre los productores y una ONG.

- Asociarse a una ONG

Hoy por hoy, el cultivo de brócoli está relacionado con un proyecto de desarrollo del que podemos describir los grandes rasgos brevemente. El primer paso del proyecto lo dió COSUDE – Coopération suisse – que financia un proyecto cuyo objetivo general es “contribuir concretamente a aumentar las ganancias de los pequeños productores rurales reduciendo su pobreza”. Su objetivo es “mejorar el posicionamiento comercial de las empresas campesinas a través de una gestión eficaz y planificada, una concertación entre los actores locales, regionales y nacionales” (CESA, 2003). El proyecto se organiza en tres fases : una fase piloto de elección de grupos de pequeños productores entre 1998 y 1999 ; una segunda fase de constitución y consolidación de grupos en torno a un producto seleccionado entre 2000 y 2003 y una tercera fase de apoyo a la comercialización y transformación de dicho producto y a la formación de consorcios entre 2003 y 2007. Las ONG ecuatoriana *CESA* y la suiza *Intercooperación* están a cargo de la ejecución de la tercera fase. Así, el proyecto de larga duración, por un lado, se centra en pequeños productores *reagrupados* y, por otro, en la *comercialización*: el brócoli es un producto entre otros<sup>20</sup>, un pretexto para alcanzar los objetivos de desarrollo. Es importante des-

tacar la evolución en el discurso sobre los proyectos de desarrollo en lo que concierne la participación de los pequeños productores : no se habla de “ayuda al desarrollo”, sino de “creación de empresas campesinas” y se hace mucho hincapié en el vocabulario de “organizaciones económicas”, buscándose una alianza entre la pequeña agricultura campesina y los mercados internacionales. El acento no recae sobre el aspecto “no tradicional” del cultivo o la producción, sino sobre la *comercialización* de la producción, es decir los elementos que permiten la conexión de los agricultores y su desenclave, tanto en el mercado nacional como en el internacional. Durante la tercera fase, en las tres comunidades, se crean “empresas” (que corresponden a las agrupaciones campesinas) cuya gerencia, contabilidad y asesoramiento técnico se confían a personas que las ONG remuneran, pero cuya dirección y consejo administrativo se deja en manos de los productores. Las empresas son garantes de los contratos con las agroindustrias de congelados, tanto hacia los productores, quienes de esa manera se aseguran la entrega de plantas, créditos y el asesoramiento técnico por ejemplo, como hacia las agroindustrias de congelados, que se aseguran el respeto de la calidad y los plazos de entrega. Los actores emprendedores antes descriptos generalmente encabezan las empresas campesinas y favorecen la difusión del cultivo de brócoli.

En su estudio sobre las asociaciones de productores exitosos, La Plataforma Ruralter resume de la siguiente manera : « Se ha comprobado que las pequeñas unidades de producción – en el área agrícola-económica – se enfrentan a barreras que competen la inversión, la gestión y el ingreso al mercado” (Plataforma Ruralter, 2005). Es, en esas tres áreas, que el proyecto de CESA interviene desde 2000, lo que nos lleva a considerar la comercialización como un elemento clave que permite relacionar a los pequeños productores con la globalización. Como lo han demostrado tantos otros estudios (Tulet, 1984 ; Quitté, 1996), no basta con encontrar un nicho; es necesario un mercado consolidado. Lo interesante en el caso del brócoli es que el mercado no es local o regional sino mundial. Algunos productores guardan hasta la cuarta parte de su producción para el mercado local, pero son excepciones : los brócolis del mercado local son los que sobran, cuya calidad no corresponde a la demanda de las agroindustrias. Si el cultivo del brócoli ecuatoriano en manos de pequeños productores

ecuatorianos es aún limitado, el ejemplo de la región de Riobamba se opone a la idea de que los agricultores familiares se encuentran al margen de la globalización.

### LA INTEGRACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES A REDES MÁS AMPLIAS

El cultivo y, sobre todo, la comercialización de brócoli permiten la conexión de los productores de Riobamba, por un lado con las agroindustrias de congelados, y por otro con otros pequeños productores. El esquema (Ver Figura) nos permitirá apreciar con mayor claridad la integración a diferentes escalas.

#### *De la producción a la exportación : la integración en la red vertical*

La comercialización de brócoli integra a los productores en una red vertical que va desde el campo de brócoli hasta el plato del consumidor. A través del estudio de esa red, podemos entender la relación entre las escalas local y global, analizar la relación de pequeños productores con la globalización y la relación entre un pequeño productor y un consumidor de un extremo al otro del planeta. A escala local, la red vertical se constituye de grupos de productores; a escala nacional, de agroindustrias de congelados, exportadoras y organismos decisivos como las ONG o CORPEI ; y a escala mundial, de canales de distribución y consumo (no tomados en cuenta en el estudio). El análisis del funcionamiento de la red permite evaluar las acciones y retroacciones de diversos eslabones, así como también el anclaje espacial de las comunidades, las relaciones entre los actores y el brócoli en medio del resto de los cultivos.

En un primer momento, es conveniente recordar cómo funciona la transformación del brócoli congelado : las semillas vienen de Estados Unidos y se siembran en piloneras industriales en el sur de Quito ; luego de las plantas, van a las haciendas vecinas o a los grupos de productores de Ibarra y Riobamba según la cantidad establecida de antemano por las agroindustrias de congelados; una vez sembrado y cosechado, el brócoli fresco se traslada en camiones con destino a las fábricas de congelados, donde se lo controla, florete<sup>21</sup>, lava, blanquea, congela, empaca y embala y se lo despacha en contenedores frigoríficos desde Guayaquil<sup>22</sup>. Luego, el brócoli llega a Europa, Estados Unidos... Son pocos los productores que

conocen el destino final del brócoli. A la pregunta “¿ Dónde va el brócoli ?”, el nombre de Machachi es el que más se escucha, y dentro de los destinos internacionales, el más nombrado es Japón, tal vez porque los floretes de brócoli que se destinan a ese país exigen una calidad particular. Por tanto, debemos reconsiderar la perspectiva mundial de los productores : si los miembros de los organismos decisivos o los dirigentes de las industrias observan con determinimiento toda la cadena, la escala de referencia de los productores de Riobamba no es internacional, sino nacional. No todos los actores perciben la dimensión de “globalización” y los productores mejor informados generalmente son los más jóvenes. Por ejemplo, en Gatazo, muchos productores han visitado IQF y, con la perspectiva de instalar una planta procesadora, algunas mujeres han ido a cortar brócoli. Ese desconocimiento del conjunto de redes presenta un doble sentido : el personal de CORPEI o las industrias que no tratan el brócoli de los pequeños productores tampoco conocen la existencia de la producción en la región de Riobamba.

A escala nacional, una relación nace entre los grupos de Riobamba e IQF. Las decisiones y la organización de IQF pesan sobre los productores a través del control de la calidad, de la elección y de la cantidad de plantas a plantar así como también de la cantidad de kilos a producir semanalmente. Se desatan dos “nudos” : el transporte y la información, que permiten a determinados productores pesar más que otros en la cadena. El transporte genera conflictos entre los actores a escala local. Por ejemplo, quien posee un vehículo dispone de los medios para transportar el brócoli del campo hasta el lugar donde se reúne la producción de cada empresa campesina y/o de la zona de producción a Machachi. Así logra dominar uno de los primeros eslabones de la red, lo que le permite obtener más ingresos anexos al brócoli. En Gatazo, quien transporta no es productor ; en Llucud, el transportista es también un gran productor y se encuentra bien situado en la empresa : el transporte genera celos entre los productores, como también entre las empresas campesinas. En Licto, las empresas campesinas no producen suficiente brócoli para enviar solamente sus producciones, entonces, las envían a través de Gatazo, que suele llevarse un porcentaje. El negocio deja de ser rentable para los productores quienes se sienten engañados : planean dejar de producir porque no controlan la circulación de la producción.



Comprender la red de comercialización-transformación también es esencial : la información permite a algunos productores de posicionarse respecto de otros en las empresas campesinas. Un buen conocimiento de la calidad que las agroindustrias de congelados requiere permite a los productores ubicar el total de sus producciones. En cambio, se ha visto un productor perder todo su campo porque se le había pasado la fecha de la cosecha o por desconocer el valor y el tamaño de brócoli requeridos. También es el papel de la empresa campesina hacer circular la información: los productores que forman parte de ellas son responsables de la promoción del brócoli, sobre todo para que los productores envíen todo a IQF más que al mercado. Los actores que más conocen son quienes han ido a Machachi, o van regularmente o gente cercana a las empresas campesinas, familiares, vecinos, amigos...

Entonces, la conexión con el mundo se hace más bien en sentido único : sólo algunos productores son conscientes de que integran una escala nacional y mundial, y son los productores y más precisamente los *líderes* quienes dan un paso hacia las agroindustrias de congelados y no el contrario. Existen nodos en las cadenas que condicionan el buen funcionamiento de las redes: un nodo nacional : la zona de Machachi, donde se reúnen las producciones de pequeños y grandes productores, y un nodo local, la empresa de comercialización, que relaciona productores con transformadores. Para los pequeños productores parece ser importante ubicarse lo más cerca de dichos nodos a fin de obtener un mayor conocimiento e integración en la cadena.

#### *Las redes horizontales, los « pequeños » productores como actores*

Para los pequeños productores, el interés de cultivar brócoli reside sobre todo en integrarse en las redes horizontales, es decir, relacionarse con otros productores. ¿Cómo la integración en redes verticales permite a los productores tejer redes horizontales sólidas, que sostengan sus experiencias ?

- **Redes andinas y ecuatorianas**

En primer lugar, es importante resaltar que los productores acceden a una red de productores de brócoli. Son evidentes los paralelismos entre los productores de Riobamba e Ibarra contratados por IQF : la reunión de tres comunidades de agricultores familiares,

una producción y comercialización que se enmarcan en un proyecto (financiado, en un caso, por suizos y, en el otro, por estadounidenses), la entrega a un mismo exportador, la misma mentalidad de buscar calidad más que cantidad. La similitud se justifica más aún al saber que los productores del proyecto del norte han visitado Gatazo. Podemos hablar de una *red de experiencia* de un extremo al otro del país. Se planea una mesa redonda de todos los productores de brócoli ecuatoriano, en la que también participarían esos pequeños productores para planificar un trabajo en común más sistemático, intercambios más numerosos y una especie de “defensa común” de sus intereses ante los hacendados y quienes toman las decisiones agrícola-comerciales.

El intercambio con otros pequeños productores es cada vez más fructífero, a escala nacional e internacional : gracias al brócoli, los pequeños productores acceden a una red de productores andinos. Por eso, el plan del proyecto de CESA trata mucho más del tema de las microempresas que del brócoli en sí : sean productores de mora, cebada, ropa artesanal, miel o leche, los pequeños productores son objeto de estudio sobre todo por su estatus de “pequeños” productores, de productores “familiares” que por su producción. Sin embargo, las reuniones, como el seminario que se organizó en Quito, en julio de 2005, sobre las microempresas rurales exitosas en los países andinos (Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia), tejen una red de relaciones internacionales entre los dirigentes : son raros los productores “de base” invitados. Para ellos, las salidas al campo valen más que largos discursos : a lo largo de las visitas en búsqueda de pequeños proyectos a pequeña escala, susceptibles de ser un éxito<sup>23</sup>, los productores formulan preguntas prácticas : ¿ cómo hacer ese o aquel cultivo ?, ¿ cuánto tiempo lleva ?, ¿ cuánto se gana ?, ¿ dónde se vende la producción ?, ¿ cuáles son los problemas y cómo resolverlos ? Asisten a charlas que, luego, les permitirán intentar su proyecto dentro de su comunidad. Otras comunidades que producían miel fueron a visitar a las empresas de brócoli para emprender un nuevo proyecto de cultivo y comercialización de hortalizas. Ese compartir experiencias integra a los productores en redes que les permite encarar una diversificación de sus producciones. A escala nacional y de países andinos, algunas empresas incluso se convierten en puntos de pasaje obligado durante la visita de los pequeños productores: son centros de capacita-

ción para productores de otras provincias quienes, luego, intentarán mostrar sus proyectos en su comunidad. En Riobamba, tal es el caso de Gatazo o de Jambikiwa, una asociación de plantas medicinales y aromáticas.

- Las redes riobambeñas

A escala local, uno de los objetivos del proyecto de comercialización es crear grupos de empresas campesinas, consorcios. Un “consorcio” es la unión de dos empresas o más, que se unen para actuar bajo la misma dirección y reglas comunes, manteniendo su personalidad (Acosta Peña, 2004). Se trata de un encaje de escalas fundado en el razonamiento siguiente : los productores por ellos mismos no pueden acceder al mercado, por tanto, crearon empresas campesinas para poder comercializar sus producciones y, una vez bien constituidas las empresas, éstas pueden fundar asociaciones de empresas. CESA encara tres tipos de consorcio: uno para los quesos, otro para las leguminosas, otra para las hortalizas, y así defender los intereses de los pequeños productores ante los tratados internacionales, como el ALCA. Las tres empresas campesinas productoras alrededor de Riobamba ya han constituido un consorcio, pero el grupo tiene dos obstáculos : por un lado, el consorcio es conocido por los dirigentes, pero no por los productores, quienes en ocasiones, incluso desconocen la existencia de otras empresas campesinas similares en la zona. Y por otro lado, Llucud no logra ubicar sus 75 000 plantas mientras que Gatazo debe limitar su producción ; en cuanto a Licto, está abandonando el brócoli. Trabajar unidas tiende a exacerbar tales diferencias. Por una parte, la ciudad de Riobamba es un eje central para las tres comunidades e ideal para las reuniones, pero no existe un centro de empresas campesinas de producciones. Gatazo está construyendo una fábrica de corte en perjuicio de las dos otras empresas campesinas que deberán, sin lugar a dudas, agrupar sus producciones en Gatazo en lugar de continuar enviándola a Machachi. Ni a Licto ni a Llucud les conviene, pues ven cómo Gatazo aumenta su valor agregado (y posee nuevos puestos de trabajo). La empresa campesina implica dejar de lado ciertos intereses : antes de encarar un consorcio, hay que asegurar la cohesión del grupo de productores.

¿ Qué nos demuestran tales experiencias y esa génesis de consorcio ? Las redes “horizontales” de productores son cada vez más

numerosas y es importantísimo saber ubicarse bien en ellas : lograr hacer conocer la empresa campesina es esencial para crear otras relaciones con otros productores. Pero, por el momento, los intercambios más fructíferos han sido entre los *dirigentes* quienes valoran compartir experiencias más que el trabajo en común en torno a un mismo producto.

### IMPACTOS REALES Y LOCALIZADOS

Al hablar de las recaídas del proyecto con los productores, se observa que las mutaciones relacionadas con el proyecto muestran las disparidades presentes en las empresas. Poniendo el acento en la comercialización y la viabilidad económica de las empresas, ¿ no se ha descuidado una parte de los factores de consolidación, a saber, la aprobación de los productores y su implicación en el proyecto ?

*Una estabilidad económica, social y ambiental para las comunidades*

Identificar los impactos del proyecto de CESA permite comprender el conjunto de las mutaciones relacionadas con cultivo de brócoli y entender la diferencia entre los proyectos de comercialización y las expectativas de los productores. En líneas generales, podemos decir que el brócoli permite la estabilidad de las comunidades, mejorando su calidad de vida.

- “Ir al mercado es aventurarse” : una fuente estable de ingreso
- En el plano económico, el brócoli constituye una nueva fuente de ingresos y amplía las perspectivas de los agricultores. Antes de cultivar brócoli, los agricultores cultivaban hortalizas en Chambo ; cereales de base en Llucud; cebollas, zanahorias y otras hortalizas en Gatazo, para el mercado local. Como decían : “ir al mercado es aventurarse”, pues el precio varía de un día al otro mientras que el precio de un kilo de brócoli entregado a IQF siempre es de 0,20U\$S/kg : los productores saben la ganancia que reciben con exactitud ; por el contrario, pueden sembrar zanahorias porque en el mercado el precio es elevado, pero, seis meses después venderlas a unas pocas monedas respecto de sus expectativas. Es así como el brócoli toma la delantera, pero los agricultores conservan varias parcelas de otras hortalizas que luego venden en el mercado de

Riobamba para tener ingresos continuamente. “Necesito tener dinero hoy, aquí, en mi bolsillo”, dice un tercio de los productores entrevistados. En el mercado, los productores reciben el dinero inmediatamente, suficiente para solventar los gastos familiares y reinvertir en el cultivo de brócoli. IQF recién paga el dinero del brócoli 45 días más tarde. En este sentido, en Gatazo, se propone un préstamo adelantado : la característica de los pequeños productores es la falta de capital y ahí pueden pedir plantas y fertilizantes cuyos valores luego se reducirá del pago total. En otras partes, gracias al mantenimiento de otros cultivos se puede “sobrevivir” y desarrollar el de brócoli ; el dinero del brócoli llega diferido y se destina a otras compras. El brócoli para la exportación se agregó a las etapas del ciclo económico familiar, pero cuando se vive al día, esta relación con el mercado local queda fundamental. Las otras hortalizas también sirven para el autoconsumo.

¿ Esa remuneración de 0,20US\$/kg es satisfactoria ? El brócoli permite tener dinero cada tres meses. La diferencia de pequeños (menos de una cuadra, es decir 15 000 plantas) y grandes se establece por la programación de los cultivos : un productor que tiene mucho terreno puede plantar cada quince días en diferentes parcelas y recibir un ingreso más regular que quien carece de un terreno. Para aquellos que cuentan con una superficie menor, el brócoli es una fuente estable pero limitada ; para los que tienen una extensión mayor, el brócoli es una fuente estable y un sostén para futuras inversiones. De ese modo, los productores que poseen ingresos anexos consideran que el brócoli permite ganar dinero porque no constituye la única fuente de ingresos : transportan, cultivan otras hortalizas, o incluso el cónyuge ejerce otro oficio (casos aislados : maestros/ ingenieros). La sensación de ganar con el brócoli también evolucionó en el tiempo : antes de la dolarización (2000), era más ventajoso sembrar brócoli porque las agroindustrias de congelados pagaban el brócoli en dólares, siendo la moneda vigente, el Sucre, mucho menos fuerte<sup>24</sup>. La lógica de la inversión de algunos productores demuestra incluso hoy que permite ahorrar: algunos venden y compran parcelas para sembrar más y ganar más. En Llucud, antes del cultivo de brócoli, no se veían tantos automóviles ni camionetas. Seguramente, los ingresos de esa hortaliza aportan una estabilidad económica a los hogares.

• El brócoli para salir adelante : nuevos proyectos

¿ Cuáles son las consecuencias sociales de esta nueva estabilidad ? Además de una notable mejora del cotidiano, las maestras de Llucud señalan que cada vez son más los padres que inscriben a sus hijos en escuelas privadas de Chambo<sup>25</sup>. Con los ahorros del brócoli, los padres vuelven a invertir en la educación de sus hijos para motivarlos a tener otro oficio o para que continúen el mismo oficio, pero con mayor instrucción. Los jóvenes agricultores son generalmente los más emprendedores, mejor formados y podrían convertirse en líderes del mañana: en Gatazo, el gerente insiste en formar en liderazgo a las jóvenes generaciones para que los agricultores puedan defender mejor sus intereses.

También el brócoli ofrece un nuevo lugar a las mujeres de las comunidades. El papel de las mujeres es esencial para el cultivo : participan activamente de las tareas agrícolas. En Llucud, muchas mujeres poseen sus propias parcelas, lo que le permite tener su “platita”. En Gatazo, el gerente hace todo lo posible para que ellas adquieran más relevancia en sus comunidades. En Licto, la implicación de las mujeres es aún fuerte, pues muchos son los hombres que parten a otras provincias. Las mujeres señalan que el brócoli, en el día a día, las libera más rápido que otros cultivos, pues es un cultivo menos agotador, que demanda menos horas de trabajo y les deja más tiempo para sus familias. La empresa de comercialización también dinamiza otras asociaciones, sobre todo las mujeres que buscan nuevos proyectos para sus comunidades : el brócoli actúa como un trampolín.

El estudio de las migraciones permite identificar la mayor marca socioespacial del cultivo del brócoli. Todo un ciclo de movi- lidades se implementa alrededor de él. En Machachi, muchos habitantes que cultivan la tierra se han ido a España o Estados Unidos, han sido remplazados por campesinos sin tierra o por los más empobrecidos de las provincias del sur de Ecuador ; a su vez, ellos mismos han sido reemplazados en sus comunidades por una mano de obra familiar o extranjera (peruanos, colombianos). Ironía del destino : los ecuatorianos que se marchan, a veces parten para cultivar brócoli en los campos californianos o españoles... En las zonas de Riobamba estudiadas, las conversaciones en torno a este tema son aisladas. Los productores encuestados no quieren marcharse. En Llucud, los miembros de la comunidad y de la empresa campesina prefieren quedarse en su tierra y hoy pueden hacer-



lo gracias al brócoli, mientras que antes, carecían de los medios. Debían irse para trabajar en las fábricas avícolas de Baños o como obreros agrícolas en las haciendas del valle de Chambo y alquilaban sus tierras a otros agricultores. La distribución de la tierra juega un papel en esas movilizaciones : alrededor de Machachi, las tierras escasean pues quedan numerosas haciendas y quienes poseen algunas tierras ven los recursos hídricos monopolizados por las haciendas logrando cultivar sus producciones con dificultad. Por el contrario, alrededor de Riobamba, las haciendas han sido desmanteladas (incluso últimamente), entonces los productores pueden acceder a las tierras y quedarse allí. Esta estabilidad de la población puede favorecer la creación de proyectos comunes : el proyecto del brócoli permite que la población se quede y lleve a cabo otros proyectos.

- El riesgo del monocultivo

No obstante, esa estabilidad económica y social acarrea consecuencias delicadas en el plano ambiental. El brócoli es víctima de su éxito : se han desarrollado infecciones en los seres humanos de Gatazo y existe una resistencia a los tratamientos antiplagas. Algunos productores están preocupados por la cantidad de fertilizantes que se utiliza y señalan que “ese brócoli es puro químico” y se niegan a comerlo, comprueban que el rendimiento disminuye y se preguntan cómo hará la tierra para recuperarse. Por tanto, incluso si la situación ambiental es alarmante, es menos grave que la de las zonas de producción intensa del centro del país. Los pequeños productores ; sólo hacen tres fumigaciones en lugar de las seis que hacen las haciendas centrales ! Rotan cada tres cosechas, es decir una por año, mientras que en las haciendas centrales, se rota cada tres años. Los pequeños productores buscan alternativas de producción, asociaciones de producción, medios para diversificar sus cultivos. Por ejemplo, una de las productoras encuestadas cultivaba brócoli para ahorrar y comprarse una vaca, que le permitiría obtener leche y abono y ahorrar en insumos para el brócoli. La pregunta reside en saber hasta cuando será posible producir de esa manera : contrariamente a los hacendados, generalmente los productores de Riobamba carecen de medios suficientes para volcarse a otros cultivos en caso de perder su producción. El romanesco, otro cultivo de la misma familia que el brócoli, no parece ser una alternativa durable al brócoli ante el riesgo de un monocultivo.

*Entorno al brócoli, territorios de proyecto*

El cultivo de brócoli permite reunir producciones en torno a un proyecto común : ¿ en qué medida el brócoli refuerza el territorio ?

En un principio, el cultivo del brócoli vino de la mano de individuos aislados, emprendedores, listos a crear y aprovechando las oportunidades que se daban ante ellos, adaptándose a las posibilidades de su territorio. Luego, lo difundieron en su círculo familiar, a otros agricultores cercanos. Sin embargo, fue recién con la implementación del proyecto de CESA que el cultivo se sistematizó y, alrededor de un proyecto de comercialización del brócoli, se creó una comunidad de intereses. Reunirse permite encontrar un mercado, como hemos visto anteriormente, y los productores son por demás conscientes de ello : al norte, alrededor del proyecto de la ONG Pronorte, los productores aún no han creado empresas campesinas oficiales, pero sienten ganas de hacerlo.

Sin embargo, siempre se puede ser productor de brócoli sin ser miembro de la empresa y, entre los miembros, hay algunos activos y otros pasivos. Podemos adelantar muchos elementos para explicar esa diferente implicación de los productores. Podemos pensar que ello depende de los derechos y obligaciones. Los derechos son acceder a los créditos y las obligaciones son entregar el brócoli, asistir a las reuniones y promocionar la empresa campesina. Sin embargo, los intereses en adhesión no están tan claramente delineados en todas las comunidades : así vemos como, en Gatazo, todos los miembros participan, mientras que en Llucud, sólo la mitad y en Licto existen pocos adherentes y, entre ellos, son pocos quienes asisten a las reuniones. Los miembros más comprometidos con las empresas campesinas se molestan por esa actitud individualista, que crea tensiones y puede acarrear separaciones. Fue uno de los miembros de una empresa campesina de Llucud que se marchó para abrir su propia empresa ; los productores siembran tanto para él como para la empresa del proyecto, pues no distinguen las ventajas del proyecto en sí. También la implicación en el proyecto podría depender del carácter mestizo o indígena de la comunidad : en la empresa campesina de Gatazo, la comunidad indígena (y evangelista) parece trabajar con mayor cohesión. Por último, podemos señalar que la comunidad de Gatazo es más antigua en el proyecto y posee otra dimensión : tiene tres veces mas miem-

bros que las otras comunidades y hasta cinco veces más productores ; dispone también de un espacio amplio y bien delimitado donde se reúnen cada día todas las producciones y camiones, a la entrada de la comunidad mientras que Llucud y Lítico poseen locales más aislados y pequeños. La visión del proyecto de la empresa de comercialización no es la misma.

Finalmente, hay que insistir en el papel de los gerentes y los equipos de gestión y recordar la importancia del *liderazgo*. Así como se necesitan actores emprendedores para iniciar el cultivo, se necesitan actores emprendedores para hacer avanzar el proyecto. El gerente de Gatazo no sólo ve el brócoli y el proyecto del brócoli : considera al brócoli como una gota de agua en un proyecto más vasto de mejora de las condiciones de vida de la comunidad. La capitalización en torno al brócoli es sobre todo el medio de crear un nuevo polo de trabajo, diversificar las recaídas económicas de la comunidad y trabajar sobre un proyecto común. Por tanto, se necesita una verdadera apropiación del proyecto por parte de los equipos de gestión, pero aún más por parte de los productores. En Lítico, ni el equipo de gestión, muy centrado en las papas ni los productores realmente se ven implicados en el proyecto de brócoli. En Llucud, algunas familias verdaderamente han tomado en manos el proyecto, lo que le permite desarrollarse.

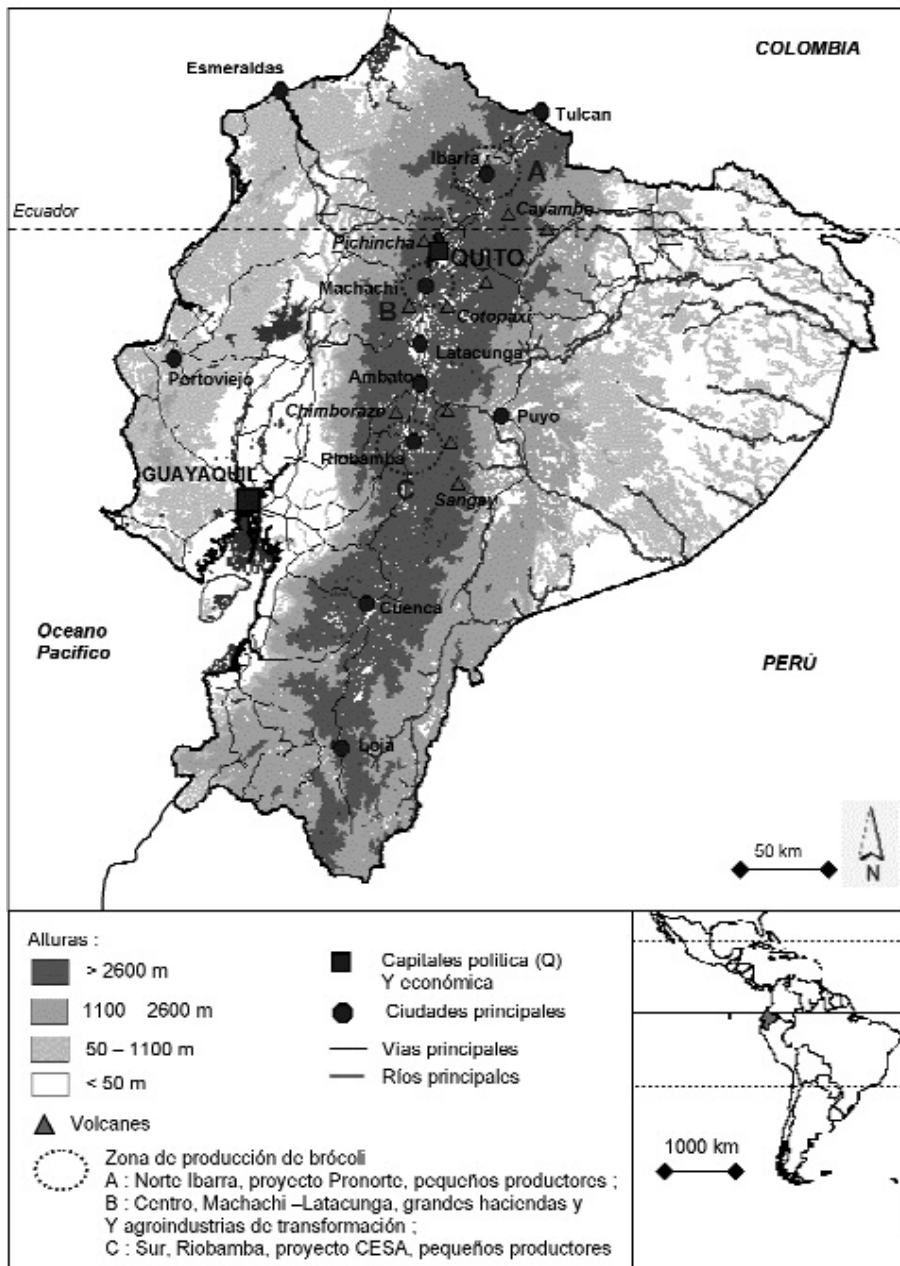
En Gatazo, se está presenciando el nacimiento de un territorio de proyecto en torno al brócoli : J.-M. Quitté habla del nacimiento de un territorio en torno al cultivo de té en la India : atrayendo las empresas de té, se ha creado un nuevo territorio y una nueva manera de organizarse para producir. El autor agrega que “el obrero ya no se identifica con el propietario que lo emplea ni con la ciudad, sino con una manufactura y un territorio que ella define” (Quitté, 2001). En torno a Gatazo y sus balbuceos en la tarea de transformación, está naciendo un territorio. Produciendo brócoli sin límites, los productores se identifican con el cultivo y el centro que los congrega, aún más cuando existe un edificio a la entrada de la comunidad que los reúne. La comunidad de Llucud pareciera tomar esta vía, siempre y cuando se resuelvan las dificultades de provisión de agua, no obligando a los productores a cesar el cultivo. Finalmente, en Lítico, de nacer un territorio, sin lugar a dudas no nacerá en torno al brócoli, sino a la papa.

## CONCLUSIÓN : ¿ UN CULTIVO DE IDENTIDAD ? LOS TERRITORIOS DE LA INNOVACIÓN

Gracias al brócoli, los pequeños productores de Riobamba integran las redes mundiales. Sin embargo, su escala de referencia se queda a escala nacional y, sobre todo, local: son las estructuras de encuadramiento que ven la dimensión mundial, ellos ven las recaídas del proyecto, muy localizadas, y son pocos los productores conscientes de integrar dichas redes “mundiales”. En líneas generales, el cultivo de brócoli hace su mayor aporte en la fijación de la población y en crear nuevas oportunidades de trabajo y venta respecto del mercado local tan inestable. Para asegurar esas recaídas, se trata de, por un lado, conformar empresas, y por otro, de comercializar más que producir. Las posibilidades de conexión residen en la capacidad de algunos actores, ciertos líderes, en unir las redes horizontales o verticales de productores con las de transformación de brócoli. Luego de este estudio, es pertinente desmentir el presupuesto ligado a los productores : lejos de estar empobrecidos o ser marginalizados, los pequeños productores que hemos estudiado están mejor dotados que otros productores ecuatorianos. Además, hay que distinguir, por una parte, entre los de Gatazo y Llucud y, por otra, los de Licto. Finalmente, también, en cada comunidad, hay que distinguir aquellos que cultivan más de 15 000 plantas y aquellos que lo hacen en menos de esa cantidad : hay distintos “pequeños” productores.

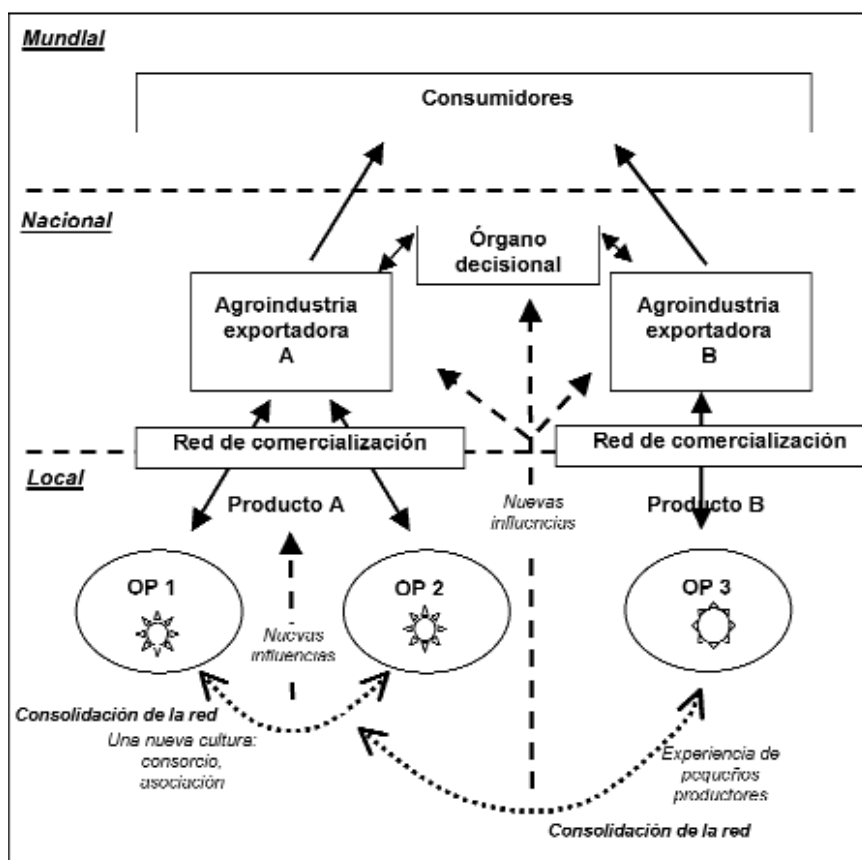
En el seno de cada empresa campesina, pero sobre todo en las más consolidadas (Gatazo y Llucud), una identidad se ha formado en torno al proyecto. Pero el brócoli, en Ecuador, no tiene historia y los productores no son aficionados : no es un cultivo de identidad en cuanto a la tradición o a las raíces (Charlery de la Masselière, 2001), sino todo lo contrario. En torno al proyecto de brócoli, a pesar de las tensiones encontradas, los productores confiesan ser más felices, unos por trabajar juntos, otros por poder quedarse en sus familias, incluso algunos porque tienen empleo en la agricultura. El proyecto provoca un aumento importante en la autoestima de los productores, antes mucho más marginalizados. A partir de una innovación garante de una estabilidad socio-económica y portadora de consolidación territorial a corto y mediano plazo, los productores están listos para innovar y escribir un nuevo capítulo en la “comunidad de brocoleros” a largo plazo, con o sin el respaldo de una organización internacional.

Figura nº 1 : Mapa de localización de las zonas de producción en Ecuador



Fuente : Realización : J. Le Gall, 2006.

Figura nº 2 : Organizaciones campesinas  
y consolidación de redes



→ **Integración vertical:** A nivel local, se presentan tres organizaciones de productores (OP) que se vinculan individualmente con agroindustrias; lo que les permite una integración en la escala nacional (internacional si se toma en cuenta el consumo) gracias a una red de comercialización.

⋯→ **Integración horizontal:** Las organizaciones campesinas se vinculan para unificar el nombre producto (si se trata del mismo) y/o para la denominación de « pequeños » productores si no se trata del mismo producto.

- - → El intercambio de experiencias y la penetración en una red a escala local o nacional, si las organizaciones campesinas vienen de espacios distintos, consolidan tales organizaciones, pudiendo así **influir de otra forma en la cadena vertical**, particularmente sobre los órganos decisoriales (ej. un foro de pequeños productores y/o el mejoramiento de políticas de pequeños productores).



Ambas redes, vertical y horizontal, no deben tapar la existencia de **una red interna de cada organización**, red de productores dentro de la red de comercialización: la consolidación de cada organización permite la consolidación de las demás redes.



## NOTAS

- 1 Estudiante del Doctorado de Geografía bajo la dirección del Profesor J.-L. Chaléard ; Laboratorio PRODIG ; Universidad Paris I – Panthéon Sorbonne. Este artículo es el resumen de mi trabajo de investigación de Master 2 : Le Gall J., (2006), « Quand l'Equateur se met au vert ; une nouvelle culture d'exportation, le brocoli, et son impact sur l'intégration des petits producteurs », bajo la dirección del Profesor J.-L. Chaléard, École Normale Supérieure Lettres et Sciences humaines, Lyon, 80 p. Se basó en un trabajo de campo llevado a cabo entre los meses junio y octubre de 2005 en coordinación con la ONG ecuatoriana CESA, Riobamba. Se realizaron entrevistas a varios productores de brócoli de las tres comunidades involucradas en el proyecto con el fin de medir los impactos en la nueva fase del mismo. Se encuestaron productores de la provincia de Imbabura y de una hacienda de Machachi, dirigentes y empleadas de las industrias de congelados, y dirigentes de CORPEI. Dedico este estudio a mis queridas Fer y Ale ; y agradezco a Susana, Nati, Fran y Lou por su ayuda.
- 2 Fuente : revista "Emprendedores", agosto 2004.  
[http://www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Ing % 20Rizzo/nuevos % 20exportables/brocoli/brocoli\\_ecuador.htm](http://www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Ing%20Rizzo/nuevos%20exportables/brocoli/brocoli_ecuador.htm)
- 3 Kenia y las judías verdes; Perú y los mangos...
- 4 Central Ecuatoriana de Servicios Agropecuarios.
- 5 Como los otros países andinos, Ecuador se divide en tres bandas paralelas a la costa pacífica: la Costa, la Sierra y la Selva. El primer ciclo de exportación durante la primera mitad del siglo XX favorece el crecimiento de la Costa (café, cacao, plátanos); el segundo, durante 1960 y 1970, trae el desenclave de la Selva (petróleo) y el afianzamiento de la Costa (cangrejos) ; el ciclo de las exportaciones no tradicionales desde fines de los años 80 corresponde al desarrollo de la Sierra. La explosión de la floricultura (rosas y flores cortadas) es tal que las flores podrían considerarse un producto tradicional de exportación (Sawyers, 2005).
- 6 La dificultad viene de una falta de precisión : la denominación "pequeños y medianos productores" de los informes sobre el brócoli comprende explotaciones hasta 100 ha ; no distinguen los "muy pequeños" de los demás.
- 7 Según SICA, entre 1990 y 2002, en valores y volúmenes, el brócoli exportado se multiplicó por más de 600, mientras que la capacidad cultivada creció de 200 ha a 5 000 ha cultivadas.
- 8 Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- 9 No obstante, en valores de productos exportados, los productos no tradicionales (las flores incluidas) sólo representan el 16 % del total de las exportaciones, dominadas por el petróleo (55 %). Las exportaciones de brócoli sólo representan el 1,24 % de las exportaciones no tradicionales ; el 9,18 % de los productos hortícolas, pero el 65 % de las hortalizas frescas y congeladas exportadas. La ganancia del brócoli ecuatoriano aún es poco representativo: en una escala a altura, el brócoli representa el 0,20 % del PBI agrícola y el 0,03 % del PBN.
- 10 Los folletos más simples de CORPEI (que se despliegan en dos ó tres hojas) presentan una foto de un brócoli en la primera página, lo que comprueba las esperanzas puestas en esta hortaliza claramente.
- 11 Por el contrario, el brócoli mexicano tiende a ser amarillento y el brócoli uruguayo, violáceo.
- 12 En México, por ejemplo, sólo se cosecha dos veces al año.

- 13 Fuente : SICA, 2001.
- 14 Detrás de las provincias de Tungurahua y Azuay. Fuente : SIICE-SIICA.
- 15 Una cuadra es una parcela de 80 m de largo por 80 m de ancho, es decir, unos 6 400 m<sup>2</sup>. En esos campos, se siembran alrededor de 16 000 plantas de brócoli por cuadra; es decir, aproximadamente 25 000 plantas de brócoli por hectárea.
- 16 Pueden alquilar parcelas o cultivar *al partido*, es decir que el propietario presta el terreno y da todos los productos necesarios para ponerlo en valor, a cambio de la mano de obra y la mitad de las ganancias de la producción.
- 17 Ecuador presenta tres tipos de población : negros en la Costa y en el norte de l país; indígenas descendientes de poblaciones aborígenes, que se concentran sobre todo en la Sierra y en el Amazona ; y mestizos, descendientes de indígenas y blancos. Esta terminología se emplea sin dobles sentidos en los periódicos y en la literatura.
- 18 Otros proyectos de desarrollo se basan en la comercialización de uno o más cultivos de pequeños productores. Al Norte, cerca de Ibarra, existe el proyecto PRONORTE financiado por la corporación americana USAID. Los productores convocados cultivan por ejemplo la palta o la chaucha, y tres comunidades producen brócoli que se destina a los mismos circuitos que los de los productores de Riobamba ; quienes han constituido un ejemplo complementario para este estudio.
- 19 Entre los productores más dinámicos, hemos encontrado casos de venta de camionetas o animales para adquirir nuevas parcelas y aumentar la superficie cultivada de brócoli.
- 20 Hay también grupos que comercializan otros productos dentro del marco del mismo proyecto, ya sea productos locales como el queso o las judías, ya sea no tradicionales, como los plátanos o el cacao biológico, o las paltas.
- 21 El calibre varía según el destino.
- 22 No obstante, contrariamente a sus colegas, IQF presenta una filial diseminada sobre todo el espacio ecuatoriano, con zonas de producción en el centro, al norte y al sur, una fábrica de corte en el sur de Quito, en Machachi y una fábrica de corte y congelación en el norte de Quito, en Quinche.
- 23 Participé en algunas de esas salidas de campo con los productores de Llucud y pude observar esas reacciones.
- 24 Cuando se devaluó, un dólar valía 25 000 Sucres. Hoy, ni siquiera se almuerza con un dólar; antes, se vivía incluso más que una semana con la misma suma de dinero.
- 25 y desertan la escuela pública, donde se vuelven los niños más pobres, lo que acarrea otras consecuencias.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Peña M. F., (2004), *Los consorcios de servicio como una alternativa en la comercialización de fréjol, brócoli y queso*, PUCE, Quito, Facultad de Economía, Dissertación para la obtención del grado de Economista, 108 p.
- APROFEL, (2003), *Estudio de impacto del sector brocolero en el marco de las negociaciones del tratado de libre comercio Ecuador-Estados Unidos*, Quito, Informe interno, 4 p.
- Auroi C., (1998), « Les agricultures andines : une lente évolution », in Auroi C., Maurek J.-L., *Tradition et modernisation des économies rurales : Asie, Afrique,*

*Amérique latine. Mélanges en l'honneur de Gilbert Etienne*, Paris, PUF, p. 285-311.

Brisseau Loaiza J., Tulet J.-C., Wettstein G., (coord., 1984), *Ateliers de Caravelle : mutations et résistances des sociétés rurales dans les Andes Vénézuéliennes*, Géodoc, n° 26, 102 p.

Bustamante Alvaréz T., (1998), « Agroindustries multinationales et économies paysannes. Les entreprises de melon et les paysans du Moyen-Bolsa », in Bey M., (1998), *Politiques néolibérales et acteurs ruraux au Mexique*, Paris, L'Harmattan, p. 189-209.

CESA, (2003), *Plan Rector de proyecto : apoyo a la transformación y comercialización de productos agrícolas y rurales, Tercera Fase, Enero 2004-Diciembre 2007*, Quito, 40 p.

Charlery de la Masselière B., (2001), *Fruits des terroirs, fruits défendus, identités, mémoire et territoires*, Toulouse, PUM, Coll. « Ruralités Nord/Sud ».

Dollfus O., (2001), *La mondialisation*, Paris, Presses de Sciences-Po, La Bibliothèque du citoyen, 170 p.

Gasselin P., (2000), « Le temps des roses : la floriculture et les dynamiques agraires de la région agropolitaine de Quito (Equateur) », Thèse de doctorat d'agro-économie, Paris, Institut National Agronomique Paris-Grignon, 587 p.

Marañón B., (2002), « Impactos socioeconómicos y ambientales de la modernización agroexportadora no tradicional en el Bajío, México », in AREAS, *Revista de Ciencias Sociales*, n° 22 « Trabajo y sociedad en los campos de la globalización agroalimentaria », p. 183-203.

Mesclier E., Chaléard J.-L., (2006), « Le paradoxe social des territoires gagnants : l'exemple de Motupe au Pérou », in Lombard J., Mesclier E., Velut S. [Eds], *La mondialisation côté Sud*, Paris, IRD Éditions.

Plataforma Ruralter, (2005), *Estudio regional sobre factores de éxito de empresas asociativas rurales*, Quito, Seminario internacional sobre empresas asociativas rurales en los países andinos, 46 p.

Quitté J.-M., (2001), « Le thé ou les légumes ? Vers une pratique de l'espace Badaga dans les Nilgiri (Tamin Nadu, Inde du Sud) », in Bart F., Morin S., Salomon J.-N., *Les montagnes tropicales: identités, mutations, développement*, Pessac, Coll. Espaces tropicaux, n° 16, pp. 481-503.

Renou C., (2003), « Organización de pequeños productores en la Región Andina del Ecuador, Alternativas a la comercialización para la empresa Huertos Gatazo Zambrano », Montpellier, CNEARC, Mémoire de fin d'études, 17 p.

Sawers L., (2005), « Nontraditional or new traditional exports : Ecuador's Flower Boom », in *Latin American Research Review*, vol. 40, n° 3, p. 40-67.

CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones) :  
<http://www.corpei.org>

COSUDE Ecuador (Cooperación suiza en Ecuador) :  
<http://www.cosude.org.ec/>

Ruralter (Plataforma interinstitucional en la región andina) :  
<http://www.ruralter.org/>