

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**«Gamarra» frente a la ciudad neoliberal: estrategias locales en el
escenario global**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

AUTORA

Vera Alejandra Flores Fernandez

ASESOR

Pablo Vega Centeno Sara Lafosse

Lima, agosto de 2018

RESUMEN

La presente investigación aborda la crisis actual –evidenciada desde el 2015- que atraviesa el conglomerado textil Gamarra en el contexto de una ciudad neoliberal como Lima: desregulada, privatizada y que favorece capitales extranjeros. Se buscó analizar las estrategias desplegadas por una selección de empresarios que actualmente cuentan con una posición de estabilidad y liderazgo en el conglomerado. Se planteó que las trayectorias de los empresarios, así como sus experiencias concretas en un entorno comercial con características locales específicas, devienen en lecturas particulares de la crisis, así como en diversas estrategias para sobrevivir a ella. Al contar con distintas trayectorias, y por tanto distintas habilidades y conocimientos, los empresarios cuentan con capacidades diferenciadas para influir en las transformaciones del conglomerado.

El estudio tiene carácter exploratorio. Para ello, se eligió aproximarnos a las historias de vida de una muestra de empresarios a través de entrevistas a profundidad. Los ejes sobre los cuales giraron las entrevistas fueron sus experiencias tanto laborales como de vida dentro del conglomerado. Los resultados fueron presentados a partir de dos estrategias principales. La primera, Reivindicación, consistió en estrategias de carácter colectivo que buscan mantener el valor espacial de Gamarra que surgió al conformarse y que considera necesario mantener una amplia red de empresarios así como su carácter de aglomeración económica. La segunda, Privatización, consistió en estrategias que generan espacios privados como las galerías-*malls*, y que

busca generar productos especializados similares a los de las marcas transnacionales así como estrategias des-localizadas de venta a través de redes sociales y envíos motorizados. Finalmente, lo que ambas estrategias tuvieron en común fue haber sido construidas al margen del Estado. Ambas buscan mantener su potencial comercial así como una identidad autónoma en el conglomerado.

Palabras clave: Gamarra – Aglomeración económica – Neoliberalismo – Informalidad – Empresarios

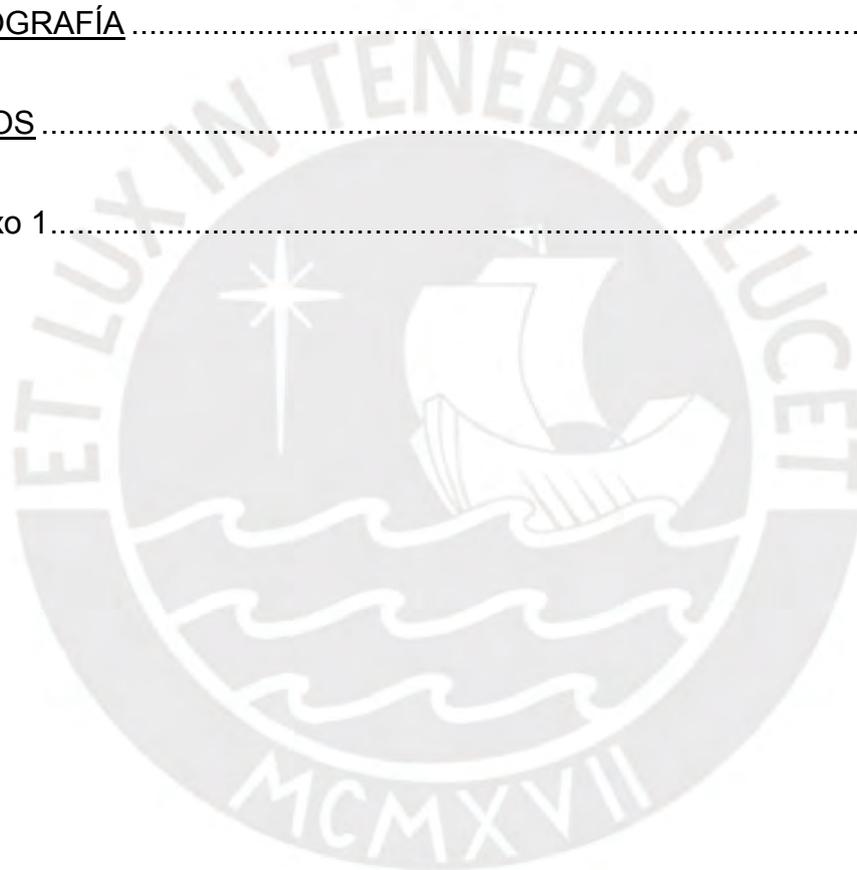


ÍNDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	i
El conglomerado textil Gamarra	i
“Gamarrinos” ante la crisis	iii
Metodología	ix
Compromisos éticos	xiii
Organización del documento	xiii
<u>CAPITULO I: ESTADO DEL ARTE</u>	1
1.1. El actor local en un entorno global	1
1.1.1. El actor local	1
1.1.2. El entorno global	2
1.1.3. Lo local-global	4
1.2. La «producción social» del espacio	5
1.3. Gamarra como aglomeración económica y sistema emergente	12
1.4. La informalidad: trayectorias	14
1.5. Carácter cultural de los migrantes	20
1.6. Discurso emprendedor	27
1.7. El <i>Habitus</i> de los empresarios	31

1.8. La cultura y los vínculos sociales como capitales.....	35
<u>CAPITULO II: FORMACIÓN, EXPANSIÓN Y CRISIS DE GAMARRA</u>	38
2.1. La formación de una Lima dual.....	39
2.2. Gamarra como aglomeración económica	45
2.3. La reestructuración neoliberal.....	59
<u>CAPÍTULO III: TRAYECTORIAS DE LOS EMPRESARIOS Y SUS</u>	
<u>ESTRATEGIAS ANTE LA CRISIS</u>	73
3.1. Las trayectorias de los empresarios "Empiricos"	75
3.1.1. La ética andina del trabajo.....	75
3.1.2. El conocimiento se adquiere "en la cancha"	80
3.2. Las trayectorias de los empresarios Jóvenes	87
3.2.1. La ética emprendedora del trabajo	87
3.2.2. Nociones y recursos del mercado global: "siempre innovándose, renovándose..."	96
3.3. Estrategias ante la crisis	99
3.3.1. Privatización vs. Reivindicación.....	99
3.3.2. Privatización: "Cambiarle la cara" a Gamarra.....	103
3.3.3.Reivindicación: La crisis "nos está obligando a cambiar"	111

<u>CONCLUSIONES</u>	121
El espacio social	125
La estrategia común	127
Tradición liberal	131
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	134
<u>ANEXOS</u>	158
Anexo 1	158



LISTA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1.</i> Vista del Jirón Hipólito Unanue (izquierda) y vista del parque Cánepa (derecha) en el conglomerado textil Gamarra.....	iii
<i>Ilustración 2.</i> Collage de dos vistas del comercio ambulatorio del Jirón Humboldt, en el conglomerado textil Gamarra.....	v
<i>Ilustración 3.</i> Aglomeración en la estación y en las calles.....	47
<i>Ilustración 4.</i> Movimiento comercial en el exterior (izquierda) y en el interior de Gamarra (derecha).....	50
<i>Ilustración 5.</i> Mapa con los puntos de ubicación de La Parada – Cerro San Cosme – Carretera Central.....	52
<i>Ilustración 6.</i> Ricardo en su tienda de pasamanería.....	72
<i>Ilustración 7.</i> Vistas a galerías del Jirón Gamarra (entre las cuadras 7-13).....	103
<i>Ilustración 8.</i> Vista promocional de GAMA.....	104
<i>Ilustración 9.</i> Vistas a galerías del Jirón Gamarra (entre las cuadras 1-6).....	114
<i>Ilustración 10.</i> Mapa de ubicación de las nuevas galerías, “Damero”, “Ya” y “La Trece”, y del proyecto Gamarra Moda Plaza, entre las cuadras 7-13 del conglomerado.....	115

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 *Entrevistados: Subgrupos y Características*.....xi

Tabla 2 *Objetivos y Preguntas de las Entrevistas Aplicadas*xii



INTRODUCCIÓN

El conglomerado textil Gamarra

La investigación tiene como caso de estudio a «Gamarra», el conglomerado textil más importante del Perú (Gonzales 2001) y un emblema en la creación de riqueza desde lo popular (Villarán 1998) por parte de una masa de migrantes principalmente andinos. Su historia, ampliamente estudiada, responde a un contexto recurrente en ciudades latinoamericanas, en que la informalidad laboral y la autogestión de espacios urbanos han sido las estrategias principales de los migrantes del interior para insertarse a la ciudad.

Particularmente, Gamarra ha sido un espacio reconocido por concentrar una amplia red de microempresarios¹ que lograron generar oportunidades laborales informales ante el vacío institucional del país. En la literatura se acentuaron los altos niveles de colaboración y cooperación entre “gamarrinos”², quienes lograron superar su pobreza y marginalidad urbana entre las décadas de 1970 y 1980, posterior a las migraciones masivas del campo a la ciudad.

Gran parte de la literatura que abordó a los “gamarrinos” en las etapas de conformación del conglomerado, relacionaron su capacidad de supervivencia con rasgos de la cultura³ andina adaptados al entorno urbano,

¹ De acuerdo a la legislación peruana, la microempresa se entiende como una unidad económica que desarrolla actividades para transformar, producir y comerciar bienes. Asimismo, cuenta con un máximo de 10 trabajadores, así como con un nivel de venta de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) –valor para determinar los impuestos o multas en el Perú (Ley N° 28015, 2003).

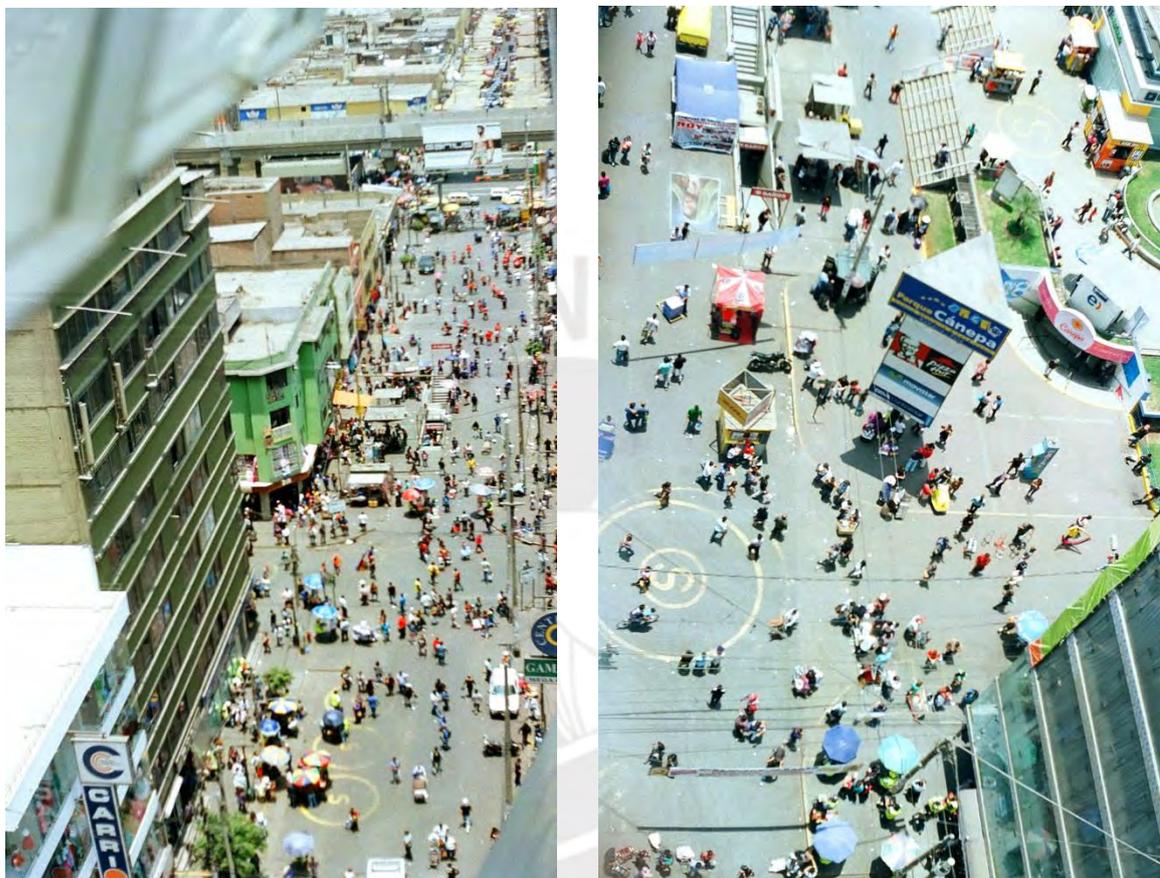
² Jerga local utilizada para referirse a los empresarios y trabajadores de Gamarra.

³ De manera general y en un marco sociológico, la cultura será entendida como un conjunto de normas, valores y prácticas sociales apropiadas durante la socialización y compartidas por una colectividad (Bourdieu 1990).

como su “pujanza” al trabajar, sus relaciones de solidaridad y compadrazgo, y su identidad compartida como migrantes del interior. En suma, Gamarra ha sido reconocida como una expresión del éxito de la microempresa, la eficiencia colectiva y la colaboración de migrantes internos. Esto ha sido así a pesar de los conflictos que generó una actividad comercial insertada en la competitividad neoliberal y la globalización como fenómenos contemporáneos, por lo cual se resaltó la fortaleza del saber local en este proceso de supervivencia y reconversión.

En esa medida, la lógica económica de Gamarra ha pasado por constantes transformaciones, que se expresan tanto en el espacio comercial del conglomerado como en las estrategias de sus empresarios y trabajadores. Por ese motivo, y al atender a los fenómenos globales contemporáneos, se decidió investigar las estrategias locales de una selección de empresarios (muchos de los cuales también son dirigentes y/o galeristas) que actualmente cuentan con una posición de estabilidad y liderazgo en sus respectivas ramas laborales dentro del conglomerado. Dichas estrategias serán analizadas en base a entrevistas a profundidad (a modo de historias de vida). Las entrevistas buscaron describir sus trayectorias como actores influyentes en la transformación del espacio y la dinámica comercial de Gamarra, lo cual se complementó con múltiples observaciones *in situ*. Estos actores han conformado emociones y visiones sobre el espacio comercial, así como también han negociado réditos económicos potenciales que se pueden obtener de la actividad productiva y comercial en el mismo.

Ilustración 1. Vista del Jirón Hipólito Unanue (izquierda) y vista del parque Cánepa (derecha) en el conglomerado textil Gamarra.



Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2017).

“Gamarrinos” ante la crisis

La problemática que busca abordar la presente investigación refiere a las transformaciones en el mercado local iniciadas en la década de 1990, que en los últimos años han devenido en un contexto adverso que favoreció una economía de servicios así como a los grandes capitales extranjeros, en el marco de las transformaciones globales contemporáneas. Así, la conocida

crisis del conglomerado –evidenciada desde el 2015- fue consecuencia directa del *dumping* chino⁴ (Gestión 2016), fenómeno que devaluó la producción local con el respaldo de instituciones locales como la SUNAT⁵ e Indecopi⁶ (El Comercio 2016c), que al mismo tiempo ejercieron presión contra los microempresarios al confiscar mercadería y poner multas elevadas (Gestión 2017). Esta alarmante situación provocó la desaparición de 5 mil negocios al año (El Comercio 2016b), a pesar de reiteradas denuncias antidumping (El Comercio 2016a) y manifestaciones sociales que exigieron regulaciones estatales (La República 2013).

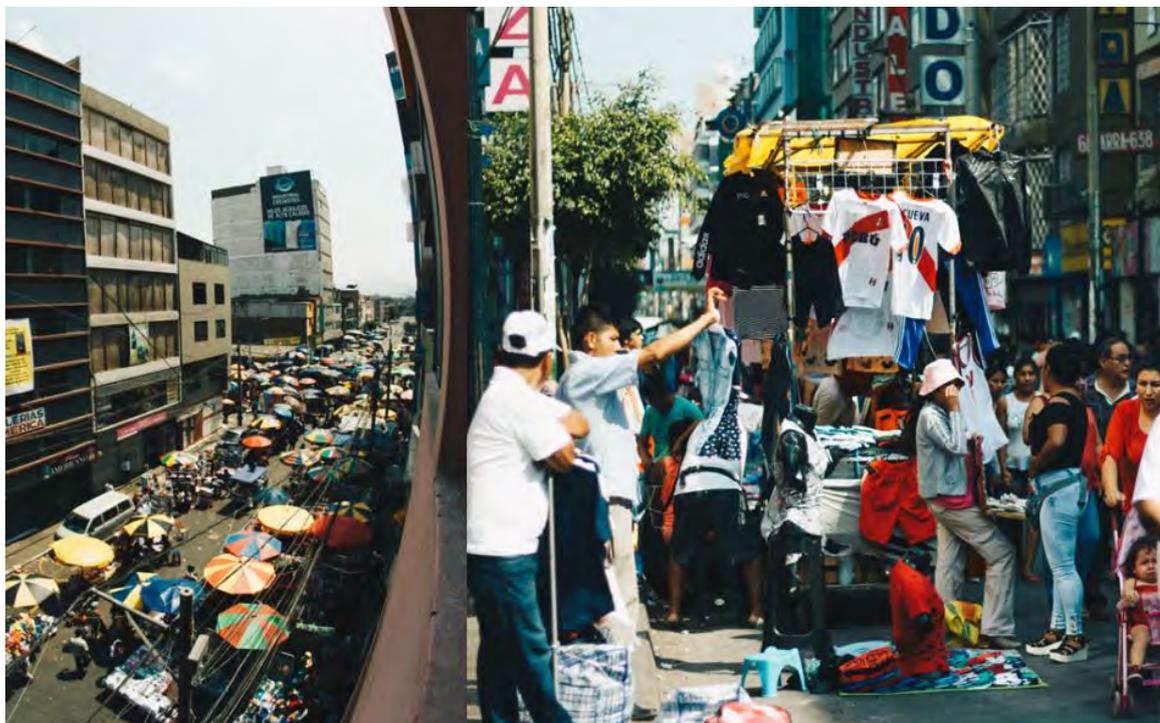
El *dumping* chino, al provocar una baja general en los precios locales, afectó con mayor intensidad a un sector de microempresarios y trabajadores que no contaron con las posibilidades materiales o los conocimientos necesarios para insertarse a la nueva lógica de mercadeo global. Por ello, la estrategia principal para reducir costos ha sido la ocupación de las calles por parte de una masa de ambulantes que comerciaron prendas subvaluadas y de baja calidad, de las cuales el 40% se fabricó en China (El Comercio 2016b).

⁴ El *dumping* refiere a la práctica de vender bienes de baja calidad exportados a precios subvaluados, con el objetivo de eliminar la competencia local y apropiarse del mercado (Van den Bossche 2001).

⁵ Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

⁶ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

Ilustración 2. Collage de dos vistas del comercio ambulatorio del Jirón Humboldt, en el conglomerado textil Gamarra.



Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2017).

Esta ocupación de la vía pública, que además se encontró prohibida, ha generado congestión, desorden, acumulación de desechos y un caos generalizado que favoreció las actividades delictivas (El Comercio 2017) y aumentó la sensación de inseguridad, así como el hostigamiento y actos violentos de parte de los serenazgos⁷ hacia los ambulantes (América Noticias 2016). Este caos expresó la débil institucionalidad del país, lo cual promovió esta estrategia de venta informal (Martuccelli 2015), ya que ante la crisis, los impuestos, alquileres o licencias ya no pudieron ser costeados por los microempresarios, por lo cual recurrieron a pagos extraoficiales a los

⁷ Vigilantes municipales.

funcionarios de la Municipalidad de La Victoria para comerciar en la vía pública (Trome 2016). Recientemente, el alcalde se ha visto vinculado con una red de criminalidad (RPP 2018b) dedicada a delitos de cohecho pasivo y activo, cobros indebidos, corrupción de funcionarios, entre otros (Perú 21 2018). Se ha reconocido que en el espacio comercial del conglomerado imperó una “cultura de la transgresión” (Portocarrero 2004), la cual se enmarcó en esta debilidad institucional y las consecuencias de la misma, es decir, tolerancia con lo informal o ilícito, reducida autoridad y altos índices de corrupción de parte de los funcionarios públicos (Díaz-Albertini 2016).

Es bajo este contexto que se seleccionaron empresarios con una posición de estabilidad y liderazgo, a diferencia de los que actualmente comercian como ambulantes para sobrevivir. Las entrevistas se centraron en las estrategias desplegadas por estos empresarios, que buscaron mantener el valor comercial local, tanto en el ámbito de la producción como en el espacio de ventas. En esa medida, la pregunta de investigación que se busca responder es: ¿Cuáles son las estrategias⁸ desplegadas por los empresarios ante la crisis actual del conglomerado textil «Gamarra»? Se plantea a modo de hipótesis que las trayectorias de los empresarios así como sus experiencias concretas en un entorno comercial con características locales específicas devienen en lecturas particulares de la crisis, así como en diversas estrategias para sobrevivir a ella. Al contar con distintas trayectorias, y por tanto distintas habilidades y conocimientos, los empresarios contaron con capacidades

⁸ La noción de estrategia refiere a las prácticas concretas que los actores sociales despliegan con objetivos específicos dentro de un campo (o rama laboral), y que han sido aprendidas y perfeccionadas a lo largo de sus vidas (Bourdieu 2008).

diferenciadas para influir en las transformaciones del conglomerado. Se seleccionaron dos grupos etarios diferenciados de empresarios.

El primer grupo consistió en empresarios “empíricos”, con edades alrededor de los 50-60 años, quienes conformaron el conglomerado sin ningún tipo de preparación técnica o superior. Estos empresarios iniciaron como vendedores ambulantes, luego compraron edificios y los convirtieron en galerías o se involucraron en movimientos dirigenciales con la intención de mantener su poder sobre el conglomerado. En esa medida, en la presente investigación se tratarán dos subgrupos de empresarios empíricos, los «Pioneros» y los «Nuevos Pioneros», por ser los que conformaron Gamarra. Más adelante se detallarán las características particulares de cada subgrupo.

El segundo grupo estuvo conformado por empresarios jóvenes, con edades alrededor de los 20-30 años, hijos de migrantes que emergieron económicamente como la nueva clase media⁹ y nacidos en Lima, y que, por tanto, cuentan con un estilo de vida urbano así como con educación superior o técnica. Se diferenciaron en dos subgrupos: 1) los hijos de empresarios «Pioneros» –serán llamados la «Segunda generación»– que permanecieron integrados al conglomerado a partir de su entorno familiar, y 2) la «Nueva

⁹ Rolando Arellano (2014) ha definido a la nueva clase media como un fenómeno urbano reciente, originado tras las migraciones masivas del interior a Lima. La llegada de los migrantes y el desdén de estos por las clases medias y altas tradicionales devino en que estos primeros se asentaran en las periferias, autogestionaran sus medios de vida y así afrontaran menores costos de vida, lo cual, a su vez, resultó en una mayor capacidad de gasto y en la consolidación de un sentimiento social compartido. Así, se conformaron como una clase social con capacidad adquisitiva, que al emerger fuera de un círculo socioeconómico de la Lima tradicional, no imitaron sus características sociales, ante lo cual generaron una cultura propia: música, modas y estilos de convivencia particulares.

generación», que aborda jóvenes que se han insertado recientemente al conglomerado.

De manera general, entender la lógica detrás de sus estrategias permitirá un acercamiento a una visión posible del conglomerado ante la crisis actual. Se ha entendido que los empresarios han construido una identidad alrededor de la figura del “emprendedor”¹⁰, de acuerdo al desarrollo y adaptación del conglomerado a una escala progresivamente más globalizada. Dicha identidad ha sido culturalmente legitimada a través de producción académica, periodística y audiovisual¹¹, con el fin de impulsar el dinamismo económico de este grueso sector de la sociedad. En pocas palabras, se han legitimado estrategias enmarcadas en una lógica económica neoliberal, centrada en el aumento del capital y el crecimiento constante de los negocios, y que por tanto, se manifiesta en identidades individualizadas. En esa medida, el emprendedor busca innovar y asumir retos independientemente del contexto macroeconómico en que se encuentre inserto, por lo cual sus estrategias serán

¹⁰ El emprendedor es el trabajador informal que, a través de constancia y empuje, busca impulsar un negocio y ascender económicamente. De acuerdo a estudios de la Universidad ESAN, cuatro de cada 10 peruanos buscan emprender un negocio, por lo que resulta ser la población con uno de los índices más elevados de emprendedurismo. Se ha descrito extensamente de este fenómeno, ya que el Perú, además de contar con características que promueven una economía emprendedora, también cuenta con una población que lo lleva “impreso en su ADN cultural”. En esa medida, se ha caracterizado al peruano como un actor que es capaz de asumir los retos de emprender su propio negocio independientemente del contexto macroeconómico en el que se encuentre inserto (RPP 2018a).

¹¹ Diversos medios de información y comunicación han recopilado testimonios y casos de éxito emblemáticos de emprendedores en distintos tipos de negocio. Se ha constatado que los peruanos que se “hicieron solos” han servido de inspiración. Por ejemplo, Isaac Lindley, creador de la gaseosa Inca Kola, que llegó ser la única gaseosa en el mundo que superó a Coca Cola; Erasmo Wong, pasó de abrir una bodega a construir Wong, la cadena de supermercados más grande del país (El Comercio 2014a); Francisco Quispe empezó como ambulante en Gamarra y actualmente es dueño de Maquiparts, empresa dedicada a la venta de maquinaria para el rubro textil, cuenta con tres tiendas y se ha desarrollado en el negocio de inmuebles (PYMEX 2018), entre otros casos. En todos los testimonios de éxito se ha resaltado que la forma de triunfar como emprendedor es trabajar arduamente y constantemente estar en búsqueda de nuevas soluciones e ideas innovadoras.

en muchos casos heterogéneas, y transitarán entre lo individual y lo colectivo, entre lo formal y lo informal, entre lo privado y lo público.

Metodología

Para responder a la pregunta de investigación fue central la noción de trayectoria, que refirió a las posiciones sucesivas que un actor ocupó durante su vida en un campo particular (Bourdieu y Johnson 1993). Así, la vida de los empresarios ha sido entendida como una serie de eventos sucesivos que se encuentran imbricados en una matriz de relaciones.

En esa medida, la presente investigación intenta reconstruir las trayectorias de distintos empresarios de Gamarra a través de la aplicación de entrevistas a profundidad¹² estructuradas a manera de historias de vida, que se enfocaron en sus experiencias vitales y laborales en el conglomerado. Ante la crisis actual, existe una mayoría de empresarios y comerciantes que no cuentan con estabilidad, por lo cual se seleccionaron empresarios que hayan superado las dificultades actuales a través de la aplicación de estrategias nuevas. Así, los entrevistados cuentan con una buena posición en el emporio, y en la mayoría de casos, incluso una posición de liderazgo para el resto de empresarios de su rama laboral.

¹² Consiste en una herramienta de investigación que posibilita la compenetración con las sensaciones y percepciones así como con las experiencias concretas de los entrevistados. En pocas palabras, son entrevistas largas que buscan reconstruir hitos, sucesos, recuerdos y emociones para armar un relato de vida, y así entender actitudes y decisiones importantes (Kvale 2011).

Es decir, sus estrategias actualmente han logrado superar las dificultades locales, por lo cual se consideró relevante abordar sus trayectorias y entender los distintos sucesos, eventos y posiciones que transitaron para llegar a dicha estabilidad. Ello en consideración de la estructura, así como el volumen de los conocimientos y recursos de los que dispusieron y disponen, no como un listado, sino como una imagen o dibujo que enlace las posiciones sucesivas que han vivido. En el siguiente cuadro se resumen algunas características que comparten los entrevistados (edad y rama laboral), quienes se encuentran divididos de acuerdo a los subgrupos mencionados en el apartado anterior:

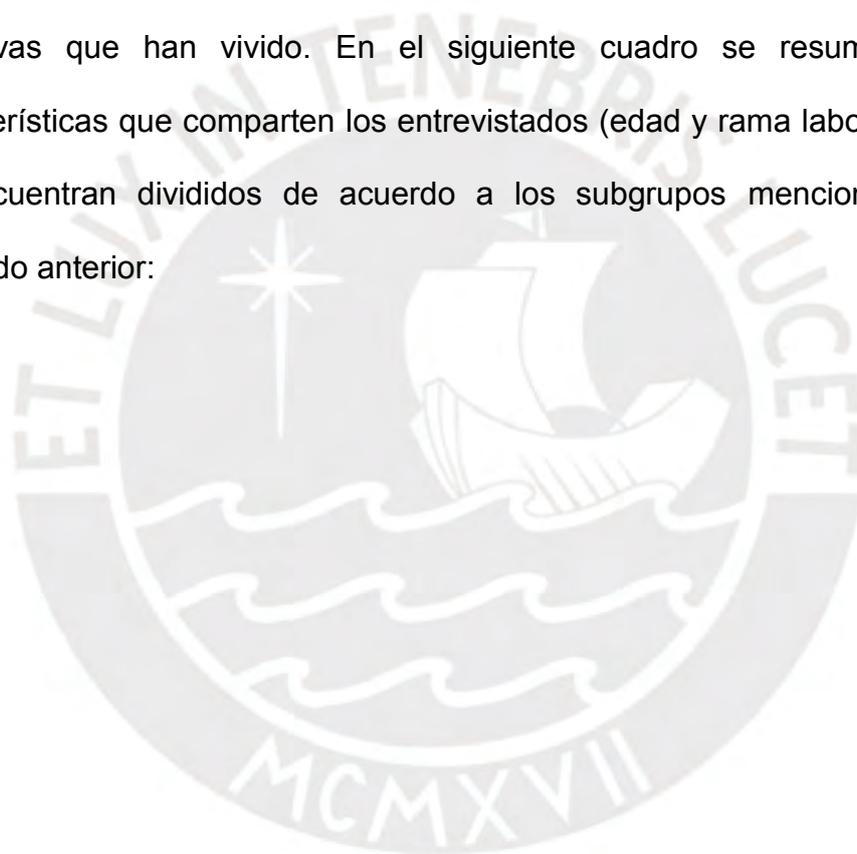


Tabla 1

Entrevistados: Subgrupos y Características

EMPRESARIOS EMPÍRICOS			EMPRESARIOS JÓVENES		
«Pioneros»			«Segunda Generación»		
Nombre	Edad	Rama	Nombre	Edad	Rama
Mariano	45 años	Comercial Inmobiliaria	Sara	36 años	Comercial
Aurelio	52 años	Comercial Dirigencial	Ricardo	26 años	Comercial
Dario	66 años	Comercial Inmobiliaria Dirigencial	Pancho	30 años	Comercial
Jacinto	58 años	Comercial	Orlando	37 años	Inmobiliaria
Raúl	65 años	Comercial Dirigencial	«Nueva Generación»		
Abel	68 años	Inmobiliaria	Nombre	Edad	Rama
Rolando	57 años	Dirigencial	Mayra	26 años	Comercial
Ariel	67 años	Dirigencial	Kelly	24 años	Comercial
«Nuevos Pioneros»			Helen	24 años	Comercial
Nombre	Edad	Rama	Carla	25 años	Comercial
Rogelio	47 años	Comercial Dirigencial	Christian	28 años	Comercial
Augusto	43 años	Inmobiliaria	Dayan	27 años	Comercial
			Jorge	25 años	Comercial

Fuente: Elaboración propia.

Para una mayor comprensión del diseño de las entrevistas aplicadas, se elaboró el siguiente cuadro que presenta en orden cronológico las preguntas (abiertas) y el objetivo detrás de las mismas (ver Tabla 2).

Tabla 2

Objetivos y Preguntas de las Entrevistas Aplicadas

Objetivo	Preguntas
1. Definir cuáles fueron los entornos con los que han interactuado los actores	¿Dónde pasó su infancia y adolescencia? ¿A qué se dedicaba en el día a día? ¿Cómo era la relación e interacción con los padres o tutores principales? ¿Cuál era su estilo de crianza y enseñanza? ¿Cómo fue la experiencia del colegio/universidad? ¿Cuáles fueron sus primeras experiencias trabajando?
2. Entender cómo y bajo qué circunstancias el actor entro a trabajar a Gamarra	¿Cómo empezó a trabajar en Gamarra? ¿Por qué? ¿Cómo describiría el ambiente laboral en Gamarra? ¿Cómo se adaptó al ambiente laboral de Gamarra? ¿Tuvo algún tipo de dificultad trabajando en Gamarra? ¿Surgieron oportunidades trabajando en Gamarra? ¿En qué rama laboral se desarrolló en Gamarra? ¿Cómo vivió esa transición?
3. Identificar los modelos de referencia con los que cuenta el actor	¿Cómo define a un empresario (a)? ¿Considera a algún empresario (a) (real o ficticio) su modelo a seguir? ¿Qué significa para usted ser empresario (a)? ¿Qué considera éxito? ¿Qué habilidades o actitudes considera necesarias para alcanzar el éxito? ¿Cuáles son sus aspiraciones personales como empresario (a)?
4. Determinar que capitales se consideran necesarios para tener éxito en la rama laboral en la que se desenvuelven	¿Cómo describiría el entorno de su rama laboral? ¿Qué actividades se desempeñan en su rama laboral? ¿Y usted cuáles desempeña? ¿Qué habilidades o actitudes considera necesarias para alcanzar el éxito en su rama laboral? ¿Cómo describiría a los empresarios que tienen éxito en su rama laboral? ¿Y los que fracasan?
5. Identificar y entender las estrategias que los actores se encuentran desarrollando	¿Qué situaciones ha enfrentado durante su trayectoria laboral? ¿Conflictos? ¿Negociaciones? ¿Acuerdos? ¿Qué cálculos personales realizó para resolverlos? ¿Cuáles diría que fueron las estrategias desplegadas para mantener su estabilidad laboral? ¿Cuál es su opinión o apreciación sobre la crisis actual que atraviesa Gamarra? ¿Cómo logró “sobrevivir” a esta crisis? ¿Qué otras estrategias para “sobrevivir” a la crisis ha identificado en Gamarra?

Fuente: *Elaboración propia.*

Compromisos éticos

El procedimiento ético consistió en la elaboración de un consentimiento informado y dos compromisos, que fueron leídos a los entrevistados de manera previa a la aplicación de las entrevistas. Los compromisos fueron no revelar sus nombres ni el contenido de los audios para fines que no sean estrictamente académicos. Asimismo, se le consultó a cada participante si la entrevista podía ser grabada, y se resaltó que ante cualquier incomodidad con las preguntas, estas podían no ser respondidas y el participante podía libremente interrumpir su participación en la investigación.

Con el propósito de asegurar la confidencialidad de los entrevistados, se les asignó nombres ficticios en el presente texto.

Organización del documento

Luego de una descripción general del caso de estudio, la problemática a abordar y la metodología utilizada en la investigación, se desarrollará en mayor detalle el contenido de la presente investigación, que ha sido dividido en tres capítulos. En el primer capítulo se desarrollará el estado del arte, en donde se abordará el marco teórico y referencial con el que se ha delineado el planteamiento del caso de estudio. Así, se presentará una revisión de los aportes teóricos referidos al actor local y un marco general para establecer la relación entre lo local y lo global.

En el segundo capítulo se abordará la formación, expansión y crisis de Gamarra enmarcando los procesos de la ciudad de Lima en su transición a una

escala global del mercado. De esa manera, se abordará la conformación y desarrollo de Gamarra en su contexto local latinoamericano y frente a una institucionalidad particular.

En el tercer capítulo se presentará los hallazgos de la investigación, que refieren a las estrategias locales de los empresarios para superar la crisis actual del conglomerado y expresan sus trayectorias particulares de vida. Finalmente, se presentarán las conclusiones, que expresarán los aportes y las reflexiones de la investigación.



CAPITULO I: ESTADO DEL ARTE

En este capítulo se presentará el estado del arte en la investigación. Primero, se realizará un recuento de los científicos sociales, así como de los marcos y conceptos teóricos utilizados para enmarcar el caso de estudio, de manera que se comprenda la articulación de los temas en el desarrollo del capítulo. Luego, se describirá en mayor detalle la teoría utilizada para abordar el espacio, tanto en su dimensión global como local. Seguidamente, se desarrollarán los conceptos centrales de la investigación (informalidad, trayectorias, habitus, capitales y estrategias) en relación al carácter cultural de los migrantes y respecto a la emergencia del discurso emprendedor, como resultado de la interacción de características locales y globales.

1.1. El actor local en un entorno global

1.1.1. El actor local

Se ha escrito ampliamente sobre Gamarra y su acelerado desarrollo en un contexto de marginalidad urbana, en el que sus microempresarios y trabajadores lograron generar oportunidades de trabajo informal en la rama de lo textil. Para definir a este actor local fue necesario delinear una descripción teórica de los mismos, realizada por científicos sociales como José Matos Mar (2004), Gonzalo Portocarrero (1993) y Jürgen Golte (2004), quienes categorizaron a los migrantes como herederos de tradiciones comunitarias del mundo rural, que han logrado adaptarse al medio urbano a través de

estrategias novedosas y creativas. Estos estudiosos resaltaron que fueron dichos valores y estilos de vida los que llenaron el vacío institucional local y, a su vez, las redes familiares fueron parte central en la constitución de las mismas empresas. Este tema también ha sido abordado por Norma Adams y Néstor Valdivia (1994) y Ramón Ponce (1994).

Ahora, para entender la posición de los actores respecto a este vacío institucional, se revisó la producción de Hernando de Soto (1986) sobre informalidad, de modo que se problematice la relación entre lo empresarial y lo estatal bajo un enfoque sistémico. En este punto resultó sumamente útil la lectura de Alejandro Portes y William Haller (2004), pues abordó los sectores de lo informal, formal e ilegal como dimensiones de un mismo sistema social. Este enfoque se complementó con literatura de Danilo Martuccelli (2015) sobre la dimensión institucional particular en sociedades latinoamericanas, en que la matriz de relaciones informales e ilegales ha sido fundamental tanto en la construcción de instituciones modernas, la construcción de sus individuos y la producción de sus ciudades. En esa medida, la lectura de Paul DiMaggio (2001) enfatizó la importancia de las instituciones en la constitución de las empresas y reconoció además que estas últimas son extremadamente variadas y diversas en su estructura.

1.1.2. El entorno global

Para caracterizar el espacio del conglomerado y así abordar su transformación en el marco de las tendencias globales de mercadeo, fue

esencial describir la consolidación de un modelo de ciudad latinoamericana en función de procesos de reestructuración neoliberal y privatización del espacio urbano, por lo que lecturas como la de Wiley Ludeña y la de Carlos de Mattos (2011) permitieron articular un recuento histórico. El análisis de la actual “era urbana”, desarrollado por Fernando Carrión y Manuel Dammert (2016), se complementó con el estudio de Emilio Duhau y Ángela Giglia (2008), que abordó particularidades locales comunes de las metrópolis latinoamericanas que se articularon al mercado global. Así, para abordar el caso concreto del conglomerado, se utilizó el estudio de Miriam Chion (2002) sobre la particular pero exitosa inserción de Gamarra al mercado global, así como el trabajo de Javier Díaz-Albertini (2016) sobre los procesos de privatización que atravesaron la ciudad de Lima y que conllevaron a la propagación de los *malls* como los espacios comerciales preferidos.

Luego, para abordar la impronta neoliberal en las ciudades y la producción global de un tipo de espacio, tiempo y relaciones sociales capitalistas, resultó central el marco teórico desarrollado por Henri Lefebvre ([1974] 2013), así como la interpretación contemporánea del mismo, realizada por Carlos de Mattos y Felipe Link (2015). En este marco, la crítica al urbanismo resultante de la actual era urbana resultó útil para entender cómo la mercantilización global del espacio puede afectar entornos locales, al reducir ideológicamente la importancia de las funciones sociales, económicas, culturales y lúdicas del espacio. Las aproximaciones de académicos reconocidos, como Jane Jacobs (2011) y Manuel Delgado (2011), sirvieron

para ubicar teóricamente la investigación en el debate sobre la pertenencia o el arraigo de los actores a espacios locales o próximos en un contexto neoliberal. Por otro lado, los aportes de Manuel Castells (1997) permitieron complementar esta lectura de las ciudades, que actualmente se jerarquizan según su acceso a redes de nodos urbanos y conforman las llamadas “ciudades globales” como los nuevos centros de control; estas también han sido ampliamente estudiadas por Saskia Sassen (1991).

1.1.3. Lo local-global

El actor local, desde un enfoque sistémico, transita entre las dimensiones de lo informal, lo formal y lo ilegal a lo largo su vida laboral. En ese sentido, la especificidad de sus estrategias debe ser entendida según una construcción identitaria particular, que se expresa en sus respectivas trayectorias como microempresarios en el conglomerado. Los marcos teóricos de sociólogos clásicos como Max Weber ([1922] 1978) y Émile Durkheim ([1893] 1987) permitieron entender la evolución de los actores hacia una acción racional en el marco de las condiciones actuales del mercado. Así, se definió la conformación de una “conciencia práctica” para ejecutar acciones racionales. En relación a lo anterior, la literatura de Danilo Martuccelli (2015) sobre los sectores populares limeños sirve para entender de qué manera los factores económicos (en el marco de un Estado neoliberal) y los factores culturales (de una experiencia de migración y urbanización) han generado una mayor diversificación y diferenciación en las trayectorias sociales de los individuos.

Este marco general se enlazó a la teoría desarrollada por Pierre Bourdieu (2008), que representó el mundo social a partir de principios de diferenciación o distribución, que se constituyen por las propiedades que actúan en distintos campos o subsistemas sociales, como la economía o el mercado. En esa medida, Bourdieu definió el poder de los actores de acuerdo a su posición relativa en esos subsistemas. Es necesario mencionar que las entrevistas se diseñaron de acuerdo a este marco teórico. Así, la noción de estrategia refirió a una orientación consciente ajustada a las condiciones objetivas del actor. Es decir, las estrategias se han entendido como las prácticas concretas que los actores despliegan con objetivos específicos dentro de una rama laboral, y que han sido aprendidas y perfeccionadas a lo largo de sus trayectorias particulares o procesos de socialización. De esa manera, los hallazgos buscan construir un puente entre los actores locales y el entorno global, al considerar que, al desarrollar prácticas empresariales, han adoptado una construcción identitaria racional que expresa características locales, presentes en sus experiencias sociales y culturales.

1.2. La «producción social» del espacio

Para caracterizar a los actores locales, se consideró necesario esclarecer de qué manera la mercantilización del espacio afecta los entornos locales al reducir ideológicamente la importancia de sus funciones sociales, económicas, culturales y lúdicas. Desde la teoría lefebvriana, se estableció que la «producción social» del espacio refirió al contexto particular de cada tipo de

sociedad, que históricamente produjo su espacio y tiempo, así como ciertas relaciones sociales (Link y De Mattos 2015). En gran medida, el espacio interviene en la organización del trabajo productivo, en redes de distribución de productos y en transportes y flujos de materias primas y energía. Por tanto, se puede entender que para las sociedades capitalistas, la producción de un espacio homogéneo, fragmentado y jerarquizado (Lefebvre [1974] 2013) ha sido clave para que se reproduzcan en este las relaciones sociales de producción capitalistas, al ser esta la manera en que se ha perpetuado como sistema hegemónico: a través de la producción de este tipo particular de espacio en las ciudades (Link y De Mattos 2015). A su vez, una organización del espacio centralizada y concentrada sirve al poder político y a la producción material, lo cual también expresa el conflicto entre la división mundial del trabajo (en el modo de producción capitalista) y los esfuerzos por generar un orden mundial más justo (Lerebvre [1974] 2013).

La racionalidad se despliega en el espacio a través de un aparente ejercicio de organización armónica, a través de planos, formas y composiciones. El resultado: el espacio abstracto-instrumental, una representación del espacio que se muestra pura, original, natural, punto cero de la realidad humana, espacio en sí que nos aleja del análisis de las relaciones sociales implicadas en la producción (y reproducción), velando tras el signo de la coherencia (espacial) la existencia de un determinado orden (social) con beneficiados y excluidos, ocultando por tanto las profundas contradicciones y desigualdades que genera (Lefebvre [1974] 2013:17).

Este punto resulta central, pues da cuenta de cómo opera el urbanismo funcionalista, a través de una ideología disfrazada de disposición racional, aliena a los usuarios y los lleva a aceptar como realidad un espacio homogéneo, fragmentado y jerarquizado. Las consecuencias de dicha concepción devienen en reducir la significación de la vida social y de la ciudad

a una mera función, lo cual excluye en gran medida los aspectos impredecibles, lúdicos, simbólicos y transfuncionales de la vida colectiva (Martínez 2013: 45).

Sin duda, la teoría lefebvriana planteó una crítica al urbanismo funcionalista por imponer una forma determinada para prescribir contenidos y usos concretos del espacio en el marco de la sociedad (capitalista) de consumo dirigido. En ese sentido, se criticó la producción de los núcleos urbanos como espacios de y para el consumo, que remitió a una concepción de ciudad que piensa y actúa en términos del «valor de cambio», que refirió a la búsqueda de beneficios económicos a través de presentar el espacio como una mercancía sometida a las leyes de oferta y demanda (Lefebvre 1968). Asimismo, la crítica evocó un sentimiento de pertenencia así como a la existencia de actividades, inversiones afectivas y prácticas desplegadas en el espacio social, que remite a un «valor de uso» (Martínez 2013), que refiere al valor que un actor social le asigna a ciertos espacios en tanto reconoce en ellos un instrumento para funciones y fines sociales, económicos, culturales, lúdicos, y en general, «vitales» y relativos a la experiencia humana en su variedad y complejidad (Delgado 2011).

En ese sentido, la noción de «habitar» no podría corresponder a este orden socioespacial capitalista, que se encuentra estandarizado con protocolos sociales heterodeterminados. Para Lefebvre, el habitar refiere a una actividad creativa, espontánea y liberadora, que sirve a la emancipación colectiva y que permite a los actores sociales acceder a la ciudadanía y a la apropiación del

espacio como superación de la alienación social impuesta por el urbanismo funcionalista (Martínez 2013: 47). Por todo lo anterior, Lefebvre es considerado uno de los teóricos centrales en la revalorización del espacio en la teoría social, así como en la interpretación marxista. En pocas palabras, considera la espacialidad como una dimensión que debe ser considerada en la interpretación de lo social y que, llevada al marxismo, logra incorporar la dinámica de las fuerzas productivas y las relaciones de producción (Martínez 2013: 47).

Entonces, «habitar» se refiere a dichos sentimientos de pertenencia y afecto sobre el espacio representadas en prácticas sociales, y que nos remiten a las nociones de obra (auto-gestión) y valor de uso. Por tanto, la noción de espacio como producto mercantil deviene en serias contradicciones con el habitante, que se ve enfrentado a las estructuras tecno-económicas de la sociedad capitalista (Martínez 2013: 42). Bajo estas consideraciones, se pusieron en cuestión las herramientas de la planificación urbana, así como el mito del arquitecto creador y su rol para producir la ciudad, considerados parte de una lógica reduccionista (y alienante) de la realidad social (Delgado 2011).

La calle cumple una serie de funciones que Le Corbusier desdeña: función informativa, función simbólica y función de esparcimiento. Se juega y se aprende. En la calle hay desorden, es cierto, pero todos los elementos de la vida humana, inmovilizados en otros lugares por una ordenación fija y redundante, se liberan y confluyen en las calles, y alcanzan el centro a través de ellos; todos se dan cita, alejados de sus habitáculos fijos. Es un desorden vivo, que informa y sorprende (Delgado 2011: 21).

Así, tanto las calles como los lugares de trabajo o de paso son marcos en los que se presenta “lo social sobre sí mismo”. Las aceras no serían únicamente sitios físicos, sino auténticas instituciones sociales, que poseen

estructura, ejecutan funciones y registran lógicas de apropiación y uso que se organizan según pautas culturales particulares (Jacobs 2011). Ahí, se desarrollan un conjunto de conductas o un sistema de actividades coordinadas desde su interior, y que por tanto, generan un movimiento que ordena las disposiciones de sus usuarios a través de dinámicas de ajuste y reajustes constantes y espontáneos (Delgado 2011).

Los teóricos del caos o de los sistemas complejos denominan «sistema emergente» a la combinación de conductas, actividades o micro-motivos que forman una macro-conducta. Esta última refiere a un orden superior, que surge de un consenso tácito entre los actores de un espacio (Johnson 2001). Estos principios de orden no dependen de una instancia central o superior, por el contrario, se generan a partir de la auto-organización autónoma de sus componentes (los actores), y la manera en la que estos interactúan, en gran medida gracias a su capacidad ordenadora espontánea (Delgado 2011). Así, los espacios físicos como las aceras, que permiten que se desenvuelvan y concentren las interacciones locales, contribuyen a generar dichas estructuras globales de comportamiento (Johnson 2001).

En síntesis, de todo lo mencionado se puede establecer la existencia de un conflicto en las ciudades contemporáneas. Por un lado, se tiene un orden urbano producido por la sociedad capitalista y perpetuado en diversos ámbitos de la sociedad, como el económico, político y cultural; y por el otro, se presenta un orden emergente y espontáneo del comportamiento colectivo, que surge en ciertos entornos físicos y contextos sociales. Dicho conflicto se fundamenta en

un espacio producido por un urbanismo funcionalista y una ideología oculta en este, que de manera cada vez más evidente, reduce la significación de la vida social a través de su morfología y lógica particulares.

La presente investigación se centra en un lado de ese conflicto, el de los actores urbanos que lograron una auto-organización autónoma y espontánea de ciertos espacios o entornos, y que interactuaron con una fuerza centralizada que progresivamente buscó homogenizar los espacios y alienar a sus usuarios. En esa medida, se puede hablar de la existencia de múltiples espacios producidos socialmente, en los que se expresan las luchas y negociaciones constantes de la vida urbana. Así, en el marco de la teoría lefebvriana, se considera la «espacialidad» como una dimensión a partir de la cual se hará la interpretación y análisis de lo social, y que además pretende incorporar la dinámica de las fuerzas productivas y las relaciones de producción.

Así, se abordan las ciudades como procesos y no como objetos, por lo cual se atiende a la relación entre tiempo y espacio para explicar la configuración de las ciudades que se insertaron en la globalización (Massey 1994). En ese sentido, se propone lo espacial como una construcción resultante de una amplia variedad de relaciones sociales integradas en distintas escalas, que abarque lo global y los poderes nacionales, así como las relaciones locales. En otras palabras, en el contexto urbano contemporáneo, los lugares se encontrarán definidos por el poder o la capacidad de la población de acceder a los flujos y al movimiento global (Chion 2002).

En esa medida, la complejidad que se presenta en los espacios urbanos involucra un encuentro entre escalas locales y globales, lo cual es específico de la transición demográfica y el desarrollo urbano de la época actual (1990 – 2018). Por tanto, la presente investigación cuenta con una perspectiva relacional que aborda las relaciones entre la ciudad y las prácticas cotidianas de sus actores sociales. Dicha perspectiva considera que los actores se encuentran en interacción constante con su entorno, lo cual sucede tanto a través de la fuerza de sus prácticas concretas como a través de la fuerza de influencia de la ciudad. Diversas investigaciones recientes sobre Lima han abordado la ciudad como una entidad o suma de entidades con las que los actores sociales interactúan¹³ y ya no como un receptáculo, «telón de fondo» o simplemente un reflejo de las relaciones sociales (Latour 2005), que expresaba un aparente rol estático de la ciudad respecto a las prácticas de sus actores.

A su vez, desde la sociología urbana, la presente investigación busca llenar un vacío de estudios que involucren formas de vivir la ciudad que no se centren únicamente en la residencia, y que se extiendan a otros ámbitos centrales de la vida urbana, como el trabajo (Vega Centeno 2004). En esa medida, se pretende analizar un espacio particular, así como el entramado de relaciones, negociaciones y procesos de interacción que llevan a cabo sus

¹³ En un artículo escrito por Moisés K. Rojas (2014) en «Gamarra invisible», se abordaron las prácticas laborales informales de jaladores, ambulantes y destajeros a partir de su constante interacción con la ciudad. En esa medida, la negociación entre los trabajadores y la ciudad (su entorno) generó un particular *modus operandi* en sus prácticas laborales. Así, se entiende que estas prácticas de trabajo oscilan entre las regularidades de un espacio conocido para ellos y las irregularidades de un espacio “lleno de sorpresas”.

actores sociales frente a los retos que implica la impronta neoliberal y la globalización.

1.3. Gamarra como aglomeración económica y sistema emergente

En la línea del marco presentado respecto a la producción social del espacio, se ha abordado el conglomerado como una aglomeración económica y un sistema emergente. A este respecto, es precisamente el carácter de aglomeración económica de Gamarra la razón por la cual se puede considerar un sistema emergente, ya que este refiere a la combinación de micro-motivos (individuos) que forman una macro-conducta (cultura), es decir, un orden superior que surge de un tipo de consenso tácito entre los actores de un espacio¹⁴. Así, pueden entenderse las calles de Gamarra como patrones en el tiempo, en que se desenvuelven y concentran las interacciones que contribuyen a generar dichas estructuras globales de comportamiento. Es decir, las aceras serían el espacio en el que se crea ese orden complejo a partir de la confluencia de múltiples interacciones locales. Cabe resaltar que la importancia del intercambio y encuentro entre actores reside en la generación espontánea del “super-organismo” en el espacio en cuestión (Johnson 2001).

La emergencia no es una fuerza mística que aparece por la colaboración entre sus agentes (...) hay entornos que facilitan la inteligencia de nivel superior y entornos que la suprimen... Pero tanto los cerebros como las ciudades hacen algo más que conectar, porque la inteligencia requiere tanto conectividad como organización. En el mundo real, muchos sistemas descentralizados generan

¹⁴ Es importante mencionar que dicho movimiento emergente no es unidireccional, pues dicha macro-conducta también limita los micro-motivos, especialmente cuando se logran perpetuar en la estructura social.

espontáneamente una estructura cuando incrementan su tamaño... (Johnson 2001: 105).

Al abordar la existencia de un sistema emergente en el territorio de Gamarra, se hace referencia al circuito de intercambio de información entre productores y consumidores, así como a las relaciones entre empresarios, proveedores, subcontratistas y clientes que componen las redes locales de producción. En ese sentido, las relaciones de confianza y la flexibilidad de las actividades y operaciones económicas (en su mayoría informales) han sido centrales para la consolidación de las redes. Así, su misma conformación como aglomeración económica, que combina actividades de fabricación y comercio en el mismo territorio, permitió la proximidad con los clientes, lo que a su vez generó un circuito complejo de intercambio de información entre los que producen y los que consumen (Chion 2002). En esa medida, se entiende sobre los espacios de aglomeración que, así como “las ciudades, como las colonias de hormigas, poseen una inteligencia emergente: una habilidad para almacenar y recabar información, para reconocer y responder a patrones de conducta humanos. Contribuimos a esa inteligencia emergente, pero para nosotros es casi imposible percibir nuestra contribución, porque vivimos en la escala incorrecta” (Johnson 2001: 89).

Cabe resaltar la centralidad de los grupos étnicos para el desarrollo de instituciones que economizan costos y permiten la constitución de redes comerciales exitosas y duraderas en espacios de aglomeración. En ese sentido, Gamarra, como sistema en el espacio, cuenta con habilidades relacionadas al manejo de información así como de patrones de conducta, por

lo cual se puede establecer como territorio apto para que se generen sistemas emergentes humanos. Por ello, se resaltó que su surgimiento como aglomeración económica, y por tanto como espacio de un circuito de información y relaciones complejas, facilitó la generación de un sistema descentralizado entre los “gamarrinos” y que se vio perpetuado en una cultura local. Así, se entiende que además del carácter espacial emergente, el carácter étnico de la población permitió una organización efectiva de sus actores económicos, tanto a nivel local como global. En otras palabras, los grupos étnicos funcionaron como unidades portadoras y transmisoras de cultura en un entorno emergente local (Landa 1993; Johnson 2001), lo cual les permite captar flujos de la economía global y articularlos a nivel local. Entonces, se acepta que esta convergencia entre las redes globales y locales ha desencadenado la emergencia de nuevos actores económicos con capacidad de adaptación al entorno en Gamarra.

1.4. La informalidad: trayectorias

La noción de informalidad ha sido tema de debate académico, y ha sido abordada a partir de diversos enfoques. Al principio fue confundida con la noción de “marginalidad”, ya que a partir del movimiento migratorio, el aumento de la población urbana y en general el crecimiento vegetativo, sucedió el llamado “desborde popular” (Matos Mar [1986] 2004), que expresó la falta de recursos fiscales que dejó a una gran cantidad de población marginada y

abandonada por el Estado. En este contexto de ausencia estatal surgieron soluciones alternativas informales, para la generación de vivienda y de trabajo.

Una “visión negativa” bajo un enfoque normativo modernista ha entendido la informalidad desde su dimensión económica como sinónimo de subempleo y autoempleo, es decir, una solución no considerada dentro de la economía moderna. Dicho enfoque se inclinó por la modernización del sector informal a través del acceso al crédito y la mejora técnica (Sethuraman 1981; PRELAC 1985). Por otro lado, una “visión positiva” entendió la informalidad como una respuesta ante las fuerzas del mercado y la excesiva regulación estatal, por lo cual se inclinó por la desregulación normativa estatal como estrategia para la incorporación del sector informal al ámbito formal (De Soto 1987).

Luego, enfoques contemporáneos abordaron la informalidad a partir de la conexión sistémica entre los sectores informal, formal e ilegal. En otras palabras, este enfoque abordó estos sectores como dimensiones de un mismo sistema social, y por tanto, entendió que las prácticas sociales de los individuos circulan y transitan entre estas dimensiones en distintas situaciones y escenarios a lo largo de sus vidas (Portes y Haller 2004). En esa línea, sociólogos como Danilo Martuccelli (2015) propusieron que las sociedades deben ser clasificadas a partir del predominio de uno de los tres sectores, el cual sería considerado la matriz de las relaciones sociales. En el caso de Lima, ya que la informalidad ha sido un elemento estructurante de la sociedad, se

entiende que dicha dimensión sea considerada la matriz de las relaciones sociales.

En ese sentido, Martuccelli abordó la matriz de informalidad limeña no solo a partir de las prácticas, sino también de los imaginarios, en los que predomina la idea de que la ciudad se encuentra colmada de desorden y caos en relación a lo informal. Este tipo de propuestas vio los conflictos alrededor de la informalidad en consideración de la institucionalidad política particular del país, y en esa medida, se entendió que el sector estructura tanto el ámbito laboral como el económico y social de la ciudad.

Así, la informalidad constituye una actitud estratégica, así como un estilo de comportamiento que impregna todos los ámbitos de la vida (Fuenzalida 1991). En esa medida, la ausencia de un sistema común de valores y normas generó que el formalismo, la transgresión y los abusos se asentaran como los estilos para actuar generales del país. Esta nueva suerte de moral pragmática se ha denominado localmente “criollada”, que de acuerdo al Diccionario de americanismos (Asociación de Academias de la Lengua Española 2010) significa, en un sentido positivo, “costumbre o tradición propia de ciudad”, y en un sentido negativo, “engaño o estafa” o “incumplimiento de la ley en beneficio propio”. Así, la casi nula utilidad de las leyes hace que estas se perciban como un obstáculo. Por tanto, la ley no encuentra fundamento en la voluntad colectiva, lo cual deviene en una disolución societal.

En el segundo capítulo de la presente investigación, en el apartado La formación de una Lima dual, se definió a la economía informal como un

proceso generador de ingresos que no se regulan estatalmente. A su vez, se definió al “sector informal” como un grupo social heterogéneo y excluido de la Lima formal, y que ante ese contexto generó actividades fuera de la legalidad. En esa medida, se reiteró que fueron la debilidad/ausencia estatal y el desinterés por incluir a la masiva población indígena los desencadenadores de esta anarquía local, a la que ahora se hará referencia como “criollada”. Entonces, se puede abordar esta falta de normas generalizada como una condición societal “patológica” o “anómica”¹⁵.

El sociólogo clásico Emile Durkheim ([1893] 1987; [1897] 1951; [1912] 1982) desarrolló su teoría sobre la anomia para describir el “colapso moral” de las sociedades informales, su expresión externa fue la ausencia de un cuerpo de normas de validez universal que se manifiesta en un estado social de desintegración. En ese sentido, al no existir una referencia común o un sistema de representaciones compartidas, se difunde un sentido de apatía e “individualismo” generalizado. Si bien la producción teórica del autor se enmarcó en un espacio y tiempo distintos (época de crisis y cambio en Francia), su contribución se centró en la identificación de dos variables causales de la anomia: la densidad demográfica y la densidad moral. Ambas variables fuerzan un mayor roce o fricción entre los actores sociales, lo cual implica que se trasciendan los límites impuestos por la raza, la etnia y la cultura, y que a su vez, se genere un mayor contacto entre sistemas y estilos diferentes. En esa medida, la anomia termina por relativizar y desintegrar las

¹⁵ Anomia (falta de ley, orden o estructura) se entiende como la ausencia de solidaridad u orden social. Se considera consecuencia de un desajuste societal generalizado, originado por las dinámicas estructurales del proceso de modernización (Durkheim [1897] 1951).

estructuras existentes, lo cual permite la mayor fluidez y movilidad de los actores, ante lo cual el sistema social se reintegra nuevamente (Fuenzalida 1991).

Ambas variables identificadas se presentan en el contexto peruano, ya que a partir del proceso de migración masiva del campo a la ciudad se dio un incremento radical de la población, así como un encuentro de diversidades culturales y etnias. Así, a pesar de que aproximadamente el 70% de la población fue de origen rural y provinciano (Neira 1987), en menos de 50 años el país se volvió mayoritariamente urbano, y representó el 72.6% de la población para el año 2005 (INEI 2006). Fue esa masa poblacional la que cambió el paradigma de pensamiento social, que de constituirse en los 30s a partir de las oposiciones Lima/provincia, criollo/andino o indio/blanco, pasó a expresar una heterogeneidad estructural y tecnológica que generó la imagen del migrante “achorado”, que no cuenta con “escrúpulos” al actuar y cuyas acciones se orientan al éxito individual (Neira 1987). Así, se hace referencia a un nuevo paradigma que emerge de las nuevas capas juveniles, que son pluriculturales y plurirraciales, y que han establecido la falta de reglas locales como una premisa para pensar y actuar.

En este punto, se considera adecuado introducir el concepto de trayectoria¹⁶, que ha cobrado importancia en las ciencias sociales al permitir un

¹⁶ La noción de trayectoria se ha relacionado, en el campo de la física, a un movimiento lineal o una curva descrita por un punto móvil en el espacio, y en el campo de las ciencias sociales, al curso que sigue el comportamiento de una persona o de un grupo social (Real Academia Española 2014).

mejor entendimiento de los grandes cambios sociales, así como de los procesos individuales de los actores sociales. Ello debido a que los fenómenos mundiales contemporáneos requieren una adecuación de las herramientas de investigación, al ser la sociedad menos legible en conjunto (Fitoussi y Rosanvallon 1997).

Así, ante la complejidad de los cambios sociales, se articuló un escenario en que las experiencias individuales ya no se articulan en clases y jerarquías concretas. Por ello, los individuos actualmente existen en sucesos y situaciones particulares, por lo que cobra mayor importancia el estudio de sus trayectorias. En esa medida, se considera central abordar trayectorias individuales y familiares para dilucidar los procesos que afectan a los individuos. Por ello, la presente investigación es un esfuerzo por entender eventos particulares situados en un marco de procesos estructurales, culturales y sociales en los que se congregan las condiciones de vida de los actores sociales.

La construcción de las trayectorias de vida permite entender las posiciones y prácticas de los actores en relación a los capitales¹⁷ que poseen, así como al posicionamiento de los mismos respecto a tiempos complejos de cambio (Bourdieu y Johnson 1993). A su vez, utilizar las trayectorias de vida a través de los relatos y discursos de los actores sociales ayuda a comprender

¹⁷ Los capitales refieren a los volúmenes de recursos o bienes que proveen de una posición más ventajosa respecto a otros actores con los que se está en competencia. Estos recursos pueden ser tanto económicos (dinero) como simbólicos (prestigio) (Bourdieu 1990).

sus formas de sentir, actuar y valorar, al igual que sus maneras de concebir sus entornos particulares y a sí mismos.

Para Pierre Bourdieu, la noción de trayectoria refiere a las posiciones sucesivas que un actor ocupa durante su vida en un campo particular (Bourdieu y Johnson 1993). Así, la vida debe ser entendida como una serie de eventos sucesivos que se encuentran imbricados en una matriz de relaciones, por lo se asume que los actores se encuentran sometidos a constantes transformaciones (Bourdieu 1997).

Finalmente, la presente investigación intenta reconstruir las trayectorias de distintos empresarios de Gamarra a través de entrevistas a profundidad a modo de historias de vida, por lo cual se buscó aplicar una mirada integral de las distintas posiciones que han transitado. Ello en consideración de la estructura así como del volumen de los capitales de los que dispusieron y disponen, no como un listado de sucesos o eventos, sino como una imagen o dibujo que enlace las posiciones sucesivas que han vivido.

1.5. Carácter cultural de los migrantes

Ahora bien, para entender la particularidad del empresario de Gamarra, resulta necesario abordar la ética¹⁸ andina del trabajo bajo un enfoque que percibe a los migrantes como herederos de tradiciones comunitarias del mundo rural, que ante el proceso migratorio y el enfrentamiento a situaciones de

¹⁸ La ética refiere a una rama filosófica que se centra en la moral, el deber, la felicidad, el buen vivir, y en términos generales, aborda lo considerado correcto e incorrecto del comportamiento humano (Fiesser 2009).

marginalidad en un medio urbano hostil, fueron capaces de generar oportunidades tanto de vivienda como de trabajo informal. Lo anterior implica su capacidad de agencia en afirmar y recrear sus propias idiosincrasias en el nuevo contexto urbano enmarcado por la dominación del capitalismo mundial y el sistema económico neoliberal impuesto en la década de 1990, en el cual sus elecciones respecto a la vida económica y sus estrategias empresariales constituyen lo valioso de la investigación.

A este respecto, en el trabajo exploratorio que realizó el Taller de Estudios de las Mentalidades Populares (TEMPO) (Portocarrero 1993), hubo un intento de considerar el mundo de las ideas y los afectos, la existencia de un «yo» que representa individual y colectivamente a un grupo humano inmerso en circunstancias y espacios particulares y vinculados a profundas transformaciones históricas y culturales:

Usamos mucho los conceptos de modernidad y tradición. Pero, marcados por la obra de Alberto Flores Galindo, lo hacíamos desde una perspectiva crítica. En ningún momento identificamos la tradición con el atraso y la modernidad con el sumun de lo deseable. También nos resistimos a la idealización de lo tradicional y la satanización de lo moderno. Evitar prejuicios y simplismos. No obstante nuestra simpatía estaba con los sectores populares en tanto herederos y (re)creadores de tradiciones que superan el horizonte estrictamente utilitario de la cultura burguesa (Portocarrero 1993: 12).

José Matos Mar (2004), en su estudio sobre el fenómeno migratorio, planteó la existencia de un vacío institucional que es llenado por los valores y estilos de vida de los migrantes, al no considerar las estructuras jurídicas estatales como legítimas o inclusivas. Así, se refiere a una “marea de contestación cultural”, en que las actividades informales impuestas por los provincianos se tornan predominantes en Lima Metropolitana. Es en esta línea

en la que propuso la “pujanza andina” como la característica central en el migrante que labora desde la informalidad. Como señaló Matos Mar: “En esta gesta espontánea de supervivencia o de buen vivir y de hacer mucho por crear, por trabajar, por innovar, hay la sensación de vivir abandonados de un buen gobierno y de una acción política en su justa y real dimensión, sin justicia, sin reglas de juego, sin ética, sin moral” (2004: 143).

La importancia de la poblacional migrante se evidenció en la dinamización económica de la ciudad, la disminución del desempleo y la rápida urbanización de los distritos populares, que de ser conos o barriadas pasaron a convertirse en grandes centros urbanos equipados con negocios, empresas y servicios de todo tipo (Matos Mar 2004). Lo central en el concepto de “pujanza” apareció referido al desarrollo de estrategias novedosas, creativas y adaptables al medio urbano junto con una fuerza y determinación que vence obstáculos. La tradición comunitaria de ayuda mutua, solidaridad y reciprocidad resulta central para la vida en el trabajo, en la organización interna, en las asociaciones y, en general, en el conjunto de sus actividades colectivas.

Aproximaciones como las de Norma Adams y Néstor Valdivia (1994), en lo referido al sector informal, consideraron necesario superar la visión sectorial de la sociedad, que se asume como referencia al sector formal de la economía. Bajo esa perspectiva sectorial, no se considerarían los vínculos entre lo formal e informal, que permitirían entender la especificidad en la elección de generar la propia fuente de ingresos económicos. En esta aproximación se considera la oferta en el mercado de trabajo como central, en tanto existe una fuerte

demanda de bienes producidos y comercializados (Adams y Valdivia 1994: 27). A su vez, respecto a las redes familiares en la constitución de la empresa, los autores propusieron que la existencia de estos vínculos fue lo que ha hecho posible la eficiencia en las primeras fases de su formación empresarial, lo cual no implica que los valores de la reciprocidad comunal y familiar sean inmutables, sino que, por el contrario: “se modifican de acuerdo a las condiciones de funcionamiento del mercado y el desarrollo de la unidad económica” (1994: 28).

En este marco, para la década de 1990, un gran número de sociólogos coincidieron en que la imagen construida sobre las empresas contemporáneas se basaba en un pensamiento funcionalista e inadecuado. Se enfatizó que lo concebido como una acción racional, dependía de las instituciones legales y sociales, que a su vez definían la protección de los derechos de propiedad, la confianza y los intercambios regulados. Por ello, se consideró importante el reconocimiento de los factores cognitivos y culturales como los que estructuran la manera en la que los empresarios entienden la acción racional y seleccionan sus estrategias. Además, a partir de una variedad de estudios de caso y análisis estadísticos a empresas estadounidenses, se llegó a la conclusión de que no existe una estructura empresarial que domine o resalte por sobre las demás, incluso en referencia a un mercado o producto particular. Así, los economistas han coincidido en dos puntos principales: las instituciones juegan un rol sumamente importante y las estrategias (o soluciones) que pueden resultar exitosas para una empresa son extremadamente variadas y múltiples

(DiMaggio 2001), lo que en pocas palabras significó que no existe una estructura empresarial que esté por encima de las demás.

En ese sentido y en consideración de la naturaleza de nuestro caso de estudio, se debe prestar atención a los factores culturales y cognitivos, por lo cual se elaboró un esbozo de los retratos de la mentalidad popular que realizó el Taller de Estudios de las Mentalidades Populares (TEMPO), con el objetivo de evidenciar el carácter cultural de los migrantes en la urbe.

En primer lugar, se planteó «la laboriosidad» como parte de la idiosincrasia de los migrantes, lo cual está en relación a la «cultura andina clásica» estudiada por Alberto Flores Galindo (1989) y Jurgen Golte (2001), la cual se vincula a los valores de reciprocidad y redistribución, que en la cultura andina se ven reflejados en la estima social del individuo, no a través de posesiones sino a través de tributos o fiestas patronales. Sin embargo, como señaló Portocarrero, en el nuevo contexto urbano “la laboriosidad se articula con el individualismo y el deseo de progreso. Trabajar, ahorrar, invertir. Ser más que el resto. El prestigio y el reconocimiento se obtienen mediante la exhibición de los bienes mercancías” (1993: 16). En segundo lugar, se planteó la «pervivencia y vitalidad de lo maravilloso», que se vio reflejada en la capacidad de confiar y en la valoración del conocimiento simbólico, en que la utilización de metáforas y mitos representa su creencia en la intuición y sensibilidad como fuente de sabiduría y resultado de la experiencia vital y la necesidad de expresarse. En tercer lugar, se encontró el mantenimiento en los sectores populares de un «sentimiento de ser diferente», lo cual “se

fundamenta tanto en el hecho de sentirse despreciado y excluido, como también en la constatación de tener hábitos y preferencias influidos por la cultura andina o criolla” (Portocarrero 1993: 21). En ese sentido, se evidenció la internalización de valores que desprecian desde sus rasgos físicos hasta sus tradiciones y hábitos culturales, con una presión hacia la vergüenza y el arribismo que dificultan la articulación de una identidad de grupo. Por último, se planteó la importancia atribuida al «parentesco», que refiere a las cruciales relaciones de reciprocidad, vecindad y compadrazgo de la familia extensa.

Ahora, para entender la inserción de los empresarios a otras escalas del mercado, también es necesario considerar lo propuesto por Néstor Valdivia (1993) con respecto a la emergencia de una mentalidad empresarial capitalista, en la cual el autor encontró cuatro elementos principales: “el afán de lucro, el dominio del cálculo, el espíritu de la empresa y las virtudes burguesas”; estas últimas son “alusivas a la racionalización de la actividad económica, el cumplimiento de contratos, el sentido del ahorro y la economización del tiempo” (1993: 71). Por otro lado, en los aportes de Max Weber ([1904] 2003) se enfatizó el carácter racional de la mentalidad burguesa, que se consideró consecuencia de un proceso histórico en que el dinero pasaría a ser un fin en sí mismo. Sin embargo, la tesis de Valdivia sostuvo que si bien la lógica capitalista moderna es central en los pequeños industriales informales, es posible distinguir elementos de mentalidades proto-empresariales, tradicionales y no capitalistas (1993).

En ese sentido, se planteó el carácter heterogéneo del mundo informal, por lo cual fue necesario diferenciar los tres tipos de mentalidades económicas: la primera es la «mentalidad artesanal y de subsistencia» de un escaso contenido empresarial que involucra una actitud conservadora frente al crecimiento y al riesgo empresarial, es decir, una lógica económica no capitalista que se orienta a satisfacer las necesidades básicas, sin la intención de acumular. La segunda es la «mentalidad capitalista moderna popular» de empresas que cuentan con poca separación entre funciones técnicas y sociales, es decir, una escasa complejidad organizacional, en la que predominan las relaciones de trabajo no asalariadas, formas pre-capitalistas de producción, y tienen como punto de inicio y desarrollo los vínculos familiares y locales. De este tipo de mentalidad cabe resaltar “la capacidad de adaptación y sincretismo de la cultura andina”, aquí “los patrones culturales tradicionales no constituirían factores estáticos que perpetúan el pasado, sino elementos articulados a una dinámica de cambio” (Valdivia 1993: 77), es decir, esta mentalidad articula elementos de la cultura tradicional con una orientación moderna, al estar todos los esfuerzos conjuntos a un objetivo: que se desarrolle la empresa y crezca el negocio, lo cual se vería reflejado en la valoración de la disciplina, la reputación de los negocios y en la lógica del ahorro y el ascetismo. Asimismo, con respecto a la competencia, se aceptan una serie de reglas del mercado y el riesgo es un elemento constitutivo de la actividad empresarial.

La tercera y última mentalidad económica es la «mentalidad capitalista moderna», presente en pequeños industriales que han pasado por un proceso

de modernización empresarial, en el cual se valora “Una actitud emprendedora, competitiva y abierta al cambio. El esfuerzo tesonero muchas veces se traduce en la consolidación de la empresa en el mediano plazo, lo cual a su vez alimenta un «orgullo» que se percibe en un discurso donde se combinan autosuficiencia, agresividad empresarial y «optimismo»” (Valdivia 1993: 82).

En este tipo de mentalidad alcanza un nivel de modernización técnica que incluye a su vez la modernización de la cultura empresarial, lo cual comprende tanto niveles de organización funcional como formalización, relaciones laborales, estrategias de marketing, entre otros, así como un mayor manejo de tecnología y una visión «cosmopolita» en que se inscribe la proyección a mercados externos. También se considera una mayor apertura al mercado y la libre competencia, en líneas generales, la eficiencia al trabajar.

El esbozo presentado de las mentalidades populares resulta acertado para aproximarse a la particularidad del caso de estudio que se pretende abordar. Se ha explorado a los distintos actores que operan alrededor del caso de Gamarra, espacio en que el Estado se ha mostrado ineficiente ante el rol de promover e impulsar el desarrollo económico.

1.6. Discurso emprendedor

Los cambios macroeconómicos, la liberalización del mercado y la reforma estatal que implicó la entrada de la economía peruana al libre mercado globalizado también conllevaron cambios culturales en los empresarios. En ese sentido, la reforma neoliberal devino en la flexibilización laboral y en la imposición de políticas de ajuste económico, lo cual a su vez significó el

aplastamiento del sector sindical y de los derechos laborales (Rosales 2013). En ese contexto emergió el «discurso emprendedor», como el que legitima a la empresa como una forma de liberación que genera riqueza e igualdad para uno mismo y los demás (Guerra-García 2009). La imagen del «autoempleado» pasaría a ser percibida como la base de la ideología liberal, al trabajar por su cuenta en el contexto de libre mercado y reproducir el sueño capitalista de constituir la propia empresa (Rosales 2013).

Así, bajo la hegemonía neoliberal surgió la construcción identitaria del «emprendedor», que se estructuró como la negación u antítesis del «empleado». Este último se percibe como un sujeto que siempre trabaja para alguien más (empresas o el Estado) y que no asume riesgos ni emprende nada nuevo, por lo cual se considera, en esencia, conformista. Se le relaciona a la imagen del sindicato, asociada a la ineficiencia laboral, por considerarse un obstáculo para que tanto empresas como empresarios se inserten a la competencia de la globalización (Rosales 2013). Por otro lado, también existe la identidad del sujeto «empleable», preocupado por sí mismo y su futuro laboral, por lo cual se enfoca en acumular estudios superiores para conseguir el éxito (Portocarrero 2001). Este sujeto, al igual que el emprendedor, se inserta en los parámetros del discurso de éxito del modelo neoliberal. Sin embargo, la particularidad del emprendedor refiere a su iniciativa individual para generar riqueza y bienestar (Rosales 2013).

Se percibe entonces que lo conformista se articula con el empleado y el sindicato, al trabajar para otro y buscar la estabilidad laboral. La negación u

antítesis de ello articula al emprendedor como el sujeto que busca el éxito, trabaja para sí mismo y aspira a la flexibilidad laboral para insertarse como un empresario competitivo en el juego del libre mercado globalizado (Rosales 2013).

Entonces, se puede entender que la función ideológica del discurso emprendedor consiste en oscurecer la importancia del lazo social y permitir que se construya un sujeto social altamente individualizado que busque el éxito económico en el proceso de la globalización (Rosales 2013). Sin embargo, se abordó una contradicción fundamental en dicho discurso al asumir la posibilidad de que exista una relación económica ajena a un lazo social. Si bien el mandato hegemónico consiste en trabajar para uno mismo, de igual manera se establece una relación, no con un jefe pero si directamente con el cliente (Rosales 2013). En esa medida, el cliente sería el verdadero dueño de la empresa, ya que el objetivo final de esta última consiste en producir clientes de manera perpetua (Guerra-García 2009).

Si bien la ética del emprendedor tiene como base una serie de ideas que dan aparente sentido a una práctica económica, en realidad entra en contradicción cuando se enfrenta a la “objetividad de la creencia” (Žižek 2008). Es decir, la ética del emprendedor contradice su creencia de “trabaje para usted mismo” en la práctica social, ya que constantemente apela a los deseos del cliente. Sin este lazo social no podría existir una relación económica entre los mismos.

Sin duda, el modelo neoliberal y la globalización imponen una suerte de monopolio de la razón en la relación amo-cliente. Esto se expresa en la idea de tratar bien al cliente o en el mandato “el cliente siempre tiene la razón”, que se asienta y reproduce como discurso para el emprendedor (Guerra-García 2009). Se trata de la hegemonía del cliente o del inversionista que, por ejemplo, se evidencia constantemente en discursos que resaltan los beneficios locales del turismo. Es decir, se debe tratar bien al turista o cliente, porque ello incentiva el desarrollo económico y la inversión. Estos discursos evidencian otra gran contradicción, por un lado, el buen trato hacia el capital, y por el otro, el maltrato a poblaciones excluidas o vulnerables (Rosales 2013). En Gamarra esto se evidencia en los abusos físicos y psicológicos que comete el personal de serenazgo con los trabajadores autoempleados. Se ha naturalizado el maltrato hacia ellos, expresado en el desalojo o el decomiso de sus mercaderías.

Finalmente, las contradicciones del discurso emprendedor se insertan en la hegemonía del individualismo articulado a la lógica del capitalismo tardío, que para reproducirse como modelo rechaza la estabilidad laboral, el sindicalismo y el lazo social. Del mismo modo, oculta la hegemonía del cliente a través del mandato de trabajar para uno mismo. Así, se abordó que dicha contradicción también se expresa al dejar de lado el aspecto histórico y al acervo cultural de los empresarios de Gamarra.

Resulta imposible ignorar el trasfondo cultural de los migrantes de Gamarra, que se expresa en su historia a través de redes sociales de

parentesco y paisanaje bajo una ética andina del trabajo adaptada al medio urbano (Adams y Valdivia 1994). Por tanto, Gamarra resulta un ejemplo emblemático sobre la importancia del lazo social para las actividades económicas en un contexto de marginalidad urbana (Rosales 2013), en donde los vínculos familiares y de paisanos permitieron una mayor eficiencia en la conformación de las empresas. Asimismo, fue a través de las redes que accedieron a información, capital y conocimiento de los mercados. Dichas redes también permitieron significativos ahorros en costos productivos.

1.7. El *Habitus* de los empresarios

Ahora bien, para el análisis de la investigación se utilizarán conceptos clave de la teoría de Pierre Bourdieu (2008), que en el marco de la sociología cultural, intentó superar la dualidad tradicional entre estructuras sociales y el objetivismo, por un lado, y la acción social y el subjetivismo, por el otro. En esa medida, se sugirió que los esquemas de pensamiento, percepción y acción se muestran en base a su génesis social, y que en ese sentido, expresa la apropiación de hábitos particulares. Es así como Bourdieu generó nuevos conceptos como el de *habitus*, que es definido como “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones, que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda

consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos” (1989: 91).

En otras palabras, el *habitus* refiere a las formas de sentir, pensar y actuar originadas por la posiciones de un actor en la estructura social, y que en buena cuenta, se encuentran objetivamente “reguladas”, pero sin implicar la obediencia de reglas, las cuales pueden entenderse como colectivamente “orquestradas” pero sin una organización de la acción. Por ello, su perspectiva permite explicar cómo los agentes, entre posiciones y disposiciones, generan esperanzas razonables ajustadas a posibilidades objetivas, controladas y reforzadas por efecto directo de controles colectivos en instituciones de socialización.

Se subrayó el lado subjetivo de su metodología, en que se exploró la génesis de las estructuras mentales como las condicionantes de prácticas particulares. En ese sentido, su análisis consideró a las estructuras cognitivas inherentes a las condiciones sociales en que estas se generan, lo cual implica un agente social que ni rige sus prácticas mecánicamente bajo el poder de una estructura, ni cuenta con total control sobre las mismas. Así, Bourdieu (1989: 112) postuló un esquema que permitió entender la relación dialéctica de las estructuras y los *habitus*, de modo que este último se considera estructural en el sentido aquí descrito, en tanto refiere a la experiencia social estructurada de los individuos en su proceso de socialización cultural. Entonces, el *habitus* es la subjetividad socializada, es decir, la generación de prácticas que se encuentran restringidas por las condiciones sociales sobre las que se sustenta y es, de

manera general, el modo en que las estructuras sociales se imprimen en el cuerpo y la mente, para configurar las estructuras subjetivas (Martínez 2017).

Asimismo, dentro de la perspectiva de Bourdieu, las sociedades modernas se encuentran divididas en lo que llama «campos», que pueden considerarse “sub-espacios sociales” o red de relaciones (p. e.: campo económico, campo político, campo artístico, entre otros), que se especializan en una actividad social particular. En ese sentido, el campo se entiende como “un espacio específico en el que las relaciones se definen de acuerdo a un tipo especial de poder o capital concreto determinado por los agentes que se encuentran en lucha o competencia en ese espacio social” (Bourdieu 1988). Ahora, se entiende que los campos, en tanto sub-espacios, se encuentran ocupados por actores sociales con distintos *habitus*, lo cual implica que las luchas de poder se dan dentro del campo social, y su resultado dependerá del volumen de capitales que se posea. Así, los «capitales» se entienden como los volúmenes de recursos o bienes que pueden ser desde económicos, como el dinero, hasta simbólicos, como el prestigio o el honor, y que proveen de una mejor posición o ventaja respecto a otros actores en el campo¹⁹.

Ahora bien, al abordar a los microempresarios, se puede establecer que se encuentran inmersos en el campo económico, por lo cual tanto su ubicación como el contexto de su lucha se desarrollarán según el volumen y estructura de

¹⁹ Se entiende, entonces, una lucha entre distintos agentes y desiguales poderes entre ellos para definir su mundo social, Esto se evidencia, por ejemplo, en los nombres de las distintas profesiones, los cuales tienen un valor en sí mismos, ofrecen una posición jerárquica al agente, que además tienen la posibilidad de maximizar los beneficios simbólicos de esta nominación (la de su profesión), para poder disfrutar de una posición más prestigiosa y por tanto de beneficios de distintas índoles (Bourdieu 1990).

los capitales económicos que poseen. Como se ha visto, estos capitales, sus “cartas de triunfo”, constituyen lo que en gran medida definirá sus posibilidades de éxito y competitividad en dicho campo. Así, se entiende que los principales capitales dentro del campo económico son el capital financiero, el capital cultural (dentro de lo que se consideran capital tecnológico, capital jurídico y capital organizativo), el capital comercial, el capital social y el capital simbólico.

El capital financiero se refiere al dominio de recursos financieros, reales o potenciales, que son la condición central para la acumulación y conservación de los otros capitales. El capital tecnológico son a los recursos científicos o técnicos necesarios para la creación de productos, es decir, constituye los métodos y conocimientos prácticos con capacidad de reducir costos y maximizar el rendimiento. El capital comercial refiere a la fuerza de venta y depende de las redes de distribución y servicios de marketing y posventa. El capital social son los recursos movilizados (entre ellos, la información) a través de una red de relaciones sociales que procuran una ventaja competitiva. Por último, el capital simbólico se refiere a los recursos simbólicos del conocimiento y reconocimiento, que incluye la imagen de la marca, la fidelidad hacia ella, entre otros, y que implica un tipo de poder que puede funcionar como crédito (Bourdieu 2002). Se sugirió que la acción económica se encuentra inmersa en redes de relaciones sociales, y que las prácticas de los agentes dependen de su posición, lo cual constituye sus redes y el poder con el que cuentan en los microcosmos estructurados (campos económicos).

Es también relevante considerar los intercambios que tienen los campos con entidades externas. El Estado es la más importante, pues se trata de una competencia por el poder y las ventajas que genera en términos de aranceles, créditos, pedidos públicos de equipamiento, innovación, modernización, exportación, entre otros...

...lo que se denomina mercado es el conjunto de las relaciones de intercambio entre agentes colocados en competencia, interacciones directas que dependen de un 'conflicto indirecto', es decir, de la estructura socialmente construida de las relaciones de fuerza, a la que los diferentes agentes participantes en el campo contribuyen a través de las modificaciones que logran imponerle, en especial mediante el uso de poderes estatales que están en condiciones de controlar y orientar (Bourdieu 2002: 232).

Entonces, los mercados se pueden considerar “camarillas” tangibles en las que los productores se vigilan mutuamente e intentan descifrar señales a partir de comportamiento de los otros, pues los agentes tienen en cuenta las acciones y reacciones de la competencia y se orientan en función de ella.

1.8. La cultura y los vínculos sociales como capitales

Dentro del marco aquí expuesto, se abordaron los aspectos del proceso empresarial en el que Don Lavoie (1993) propuso que, además de contar con un lugar dentro de la cultura, está totalmente conformado por ella y consiste principalmente en interpretarla. La propuesta de Lavoie consideró a los actos empresariales como un esfuerzo de imaginación creativa, de la formulación de juicios respecto al costo futuro, posibilidades y oportunidades, y fundamentalmente, la capacidad de leer significados en diversas situaciones sociales. Es decir, las oportunidades de ganancia de un empresario son

identificadas a partir de un acto interpretativo, lo cual implica que “...las oportunidades de ganancia no son átomos independientes, sino partes vinculadas a una perspectiva global del mundo. Y a su vez, la perspectiva es una parte que se desarrolla desde una tradición cultural continua, que constantemente se readecua a nuevas situaciones.” (1993: 77). Este proceso, por el cual se identifican ciertas perspectivas, y su cambio hacia otras, podría ser fácilmente rastreable si se considerara a la cultura dentro del análisis como un capital (en el sentido propuesto por Bourdieu) que otorga una suerte de inmediatez previa a la visión del empresario. Es decir, el motivo por el cual ciertos empresarios podrían identificar o leer situaciones y oportunidades de manera más precisa que otros se explica a partir de la cultura, esta entendida como un capital que ofrece una ventaja para el empresario.

En la misma línea, propuestas como la de Janet Landa (1993) respecto al papel central que han tenido los grupos étnicos para el desarrollo de instituciones que economizan costos y permiten la constitución de redes comerciales exitosas y duraderas, ofrecen un enfoque cultural que explica por qué ciertos grupos étnicos dominan papeles de intermediación económica.

Landa partió de considerar una situación que se repite en países menos desarrollados, en donde la infraestructura legal no se encuentra en capacidad de asegurar el cumplimiento de contratos económicos o comerciales. Esta situación genera un vacío institucional, en que la intermediación es asumida por comunidades étnicas de parentesco con una estructura social lo suficientemente sólida como para imponer normas culturales de

comportamiento que faciliten la cooperación, solidaridad y ayuda mutua entre los miembros del grupo, lo que deviene en una ventaja diferenciada para el desarrollo de actividades empresariales y redes comerciales particulares. En palabras de la autora: “La existencia de un bien étnico específico, que se presenta en forma de normas culturales de ayuda mutua entre los miembros del GEHI²⁰, implica economías en los costos de transacción para proteger los contratos” (1993: 113). Landa sugirió que las redes comerciales étnicas de estos grupos se constituyen en formas eficientes de organización económica en países menos desarrollados, lo cual desafía la ausencia de una ley contractual formal y proporciona una alternativa al modelo de empresa verticalmente integrada²¹. Según esta aproximación, estos tipos de organización son posibles porque los grupos étnicos funcionan como unidades portadoras y transmisoras de cultura, tanto por el suministro de bienes públicos de parte de los miembros más exitosos del grupo, como por la unidad familiar, que transmite valores culturales entre las generaciones.

En este sentido, se puede sugerir que los vínculos sociales constituyen una forma de capital, en especial en el caso de estudio, enmarcado en los procesos migratorios del “desborde popular”, en que una masa de provincianos lograron hacerse un espacio en la ciudad a través del manejo de sus recursos sociales. Estos recursos consisten en las redes de paisanos y familia que basaron sus relaciones en ayuda mutua y cooperación, y por tanto, aseguraron

²⁰ Grupos Étnicamente Homogéneos de Intermediarios.

²¹ La alternativa a la integración vertical consiste en redes descentralizadas de comercio entre empresas mercantiles autónomas que se encuentran vinculadas entre sí a partir de relaciones particulares.

incorporarse a la economía informal de Gamarra. La sociabilidad sería un recurso que permitiría la acumulación de otros capitales, como el económico.



CAPITULO II: FORMACIÓN, EXPANSIÓN Y CRISIS DE GAMARRA

2.1. La formación de una Lima dual

La estructura urbana de Lima ha cambiado significativamente desde mediados del siglo XX. Su proceso de urbanización ha sido polarizador en su misma génesis, tanto por su centralismo político-administrativo como por su planificación urbana, que determinó en primera instancia un orden homogeneizador y definió como formal y legal lo que abarcara su territorio. En contraparte, todo lo que transgrediera sus límites sería definido como ilegal e informal (Dammert y Carrión 2016: 247). En otras palabras, fue una ciudad construida sin considerar los cambios demográficos y sociales que implicarían la organización política y el modelo económico instaurados en el país.

En ese sentido, el llamado “desborde popular”²² refiere a las masas de migrantes de origen mayoritariamente indígena (Golte 2001) que no fueron consideradas en dicha planificación y que, por tanto, desbordaron la capacidad de la ciudad (Matos Mar 2004). Fue entonces que se difundió entre los migrantes la modalidad de la “barriada” (o asentamientos humanos), que consistió en la ocupación de terrenos periféricos (fuera de la jurisdicción de la ciudad “oficial”) sin ninguna habilitación urbana, servicios o equipamientos públicos. Consistió básicamente en la ocupación informal del suelo en el marco de la familia o de la organización de los mismos ocupantes²³ (Driant 1991: 33).

²² El movimiento migratorio que devino en el llamado “desborde popular” inicio en la década de 1940 (Matos Mar 2004).

²³ En este punto es importante resaltar que, si bien distintos investigadores han elogiado la capacidad de estas poblaciones para subsistir y autoconstruir sus viviendas y barrios al hacer uso de los medios y materiales que tuvieron a disposición, no se debe dejar de lado la crítica y

Como señaló Avellaneda: “En el caso latinoamericano dicha diferenciación social del espacio se ha visto reflejada sobre todo en una organización espacial basada en la oposición centro-periferia. Así, la segregación residencial se hace evidente espacialmente en la constitución de barrios populares localizados en las grandes periferias de las metrópolis de la región” (2008: 45).

La modalidad de ocupación de las barriadas es común entre los países latinoamericanos²⁴, cuyo proceso de urbanización se vio marcado por la emergencia de las ciudades capitales como centralidad político-administrativa, una economía basada en el modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI)²⁵ y la conformación del Estado nacional. Bajo ese contexto se configuró la llamada “ciudad dual”, que diferenció el centro de la ciudad, bien servido y equipado para una minoría elitista, de la periferia, caracterizada por la pobreza y la precariedad de una mayoría poblacional (Calderón 2016). La imagen dual se entiende bajo las dicotomías de orden-desorden, legal-ilegal y formal-informal, y por tanto, refiere a una fuerte segregación de la población periférica. En ese sentido, si se entiende la urbanización como el proceso que proporciona infraestructuras básicas para la vida en la ciudad, los territorios

el reconocimiento de las obligaciones y deberes que tiene el Estado frente a la pobreza y la falta de vivienda e infraestructura en la ciudad (Davis 2007).

²⁴ Las llamadas barriadas en el Perú son llamadas también favelas (Rio de Janeiro, Brasil), villas miseria (Argentina), ranchos (Venezuela) o poblaciones (Chile) (Avellaneda 2008).

²⁵ El modelo económico ISI fue instaurado en América Latina después a la Segunda Guerra Mundial y consistió en una estrategia de crecimiento económico basada en el incentivo del desarrollo de industrias locales (a través de incentivos fiscales y crediticios y protección comercial) para la producción de bienes que antes eran importados desde el continente europeo. Su implementación logró expandir el aparato industrial, por lo cual se dio la disminución del desempleo y el incremento en el consumo interno. Sin embargo, las críticas a este modelo señalaron que devino en la supresión de mecanismos para que el mercado se autorregule, en el incremento generalizado de los precios y en la constitución de monopolios y oligopolios estatales (Baer 1974).

periféricos han sido segregados de la urbanización –por ser considerados ilegítimos por el Estado– así como de las condiciones básicas para la vida y las oportunidades urbanas (Dammert y Carrión 2016: 248). Sobre esto, Avellaneda señaló que: “La imagen de la metrópoli latinoamericana, así, es la de una ciudad en la que coexisten dos mundos, la ciudad equipada y la periferia marginal, la de una ciudad irregular e informal en la que se concentra la mayor parte de la población urbana pobre y la de una ciudad regular donde se han establecido los estratos altos de la sociedad” (2008: 45).

Entonces, según lo descrito, se abordó la exclusión social de la población indígena como un fenómeno con una dimensión espacial, pues dicha exclusión se expresó en la acumulación de riesgos específicos en un espacio determinado, que en este caso es la periferia. Los riesgos implicaron una dificultad o limitación, tanto para la integración de la población afectada con su entorno (la Lima “formal”) como para el ejercicio de los derechos civiles, económicos, políticos, sociales y culturales (Gacitua, Sojo y Davis 2000). Asimismo, Lima, al posicionarse como centro económico, generó un desarrollo diferenciado con las otras regiones del Perú, lo cual tuvo como resultado un incremento en la inestabilidad territorial, las externalidades negativas y las desigualdades sociales al interior de la ciudad (Gonzales de Olarte, Del Solar y Del Pozo 2011).

Cabe resaltar que entre los derechos mencionados también existe el derecho que reconoce a todas las personas el igual acceso y disfrute de la vida urbana, así como de las oportunidades que ofrece el territorio, conceptualizado

por Henri Lefebvre como el “derecho a la ciudad” ([1974] 2013: 25). En ese sentido, reconoce que “...el espacio urbano supone simultaneidad, encuentros, convergencia de comunicaciones e informaciones, conocimiento y reconocimiento así como confrontación de diferencias (también ideológicas y políticas)” (Martínez Lorea 2013: 21). En otras palabras, la imposición de una espacialidad que no promueve el ejercicio del derecho a la ciudad, y que por tanto limita el encuentro y confrontación de las personas en su espacio, deviene en una fuerte atomización y exclusión social.

Entonces, se puede establecer que una estructura urbana determina una mayor o menor capacidad de determinadas poblaciones para integrarse con su entorno, lo cual a su vez determina en gran medida la facilidad con que se podrán ejercer los derechos ciudadanos mencionados. Un caso concreto fue la investigación desarrollada en Chile por Sabatini, Cáceres y Cerca (2001), la cual confirmó una alta correlación entre los niveles de segregación residencial en barrios pobres y las tasas de desempleo, la incidencia en la desafiliación institucional de los jóvenes, el abandono escolar y el embarazo adolescente. Los hallazgos sugirieron que el aislamiento social deviene en la consolidación de situaciones y fenómenos de marginalidad, y por tanto, en la exclusión de acceso a oportunidades en la ciudad.

Ahora bien, del mismo modo que en el ámbito residencial, el modelo territorial determina la capacidad u oportunidad de inserción al mercado laboral, por lo cual también las poblaciones excluidas adoptaron una modalidad de empleo informal, denominada “autoempleo”. En el caso peruano, refirió al 75%

de la población económicamente activa (INEI)²⁶, por lo que fue reconocido como uno de los países de América Latina con mayor informalidad laboral (CEPLAN 2016)²⁷.

Se ha definido a la economía informal como “todas las actividades generadoras de ingresos que no están reguladas por las instituciones estatales en un entorno social y legal donde sí se regulan y reglamentan actividades similares” (Castell y Portes 1990; Portes y Haller 2004). En ese sentido, la economía informal²⁸ se abordó como un proceso generador de ingresos que no se encuentra mediado por regulaciones estatales.

Entonces, el “sector informal” se definió como la confluencia de grupos sociales heterogéneos y excluidos de la Lima formal y planificada (Cotler 1980). Dicho sector emergió de la población joven y migrante que logró desarrollar y proliferar actividades fuera de lo legal, para así cambiar el paisaje social de la ciudad. En esa medida, la “informalización” se ha considerado un “proceso que ha creado y sigue incesante y sutilmente creando nuevos patrones o pautas de conducta, valores, comportamientos, actitudes, normas, creencias y estilos de vida, que se traducen en múltiples y variadas organizaciones primarias sociales, económicas y educativas, lo cual significa uno de los mayores cambios de toda nuestra historia” (Matos Mar 1991: 135-153).

²⁶ Información tomada del diario Perú 21, 2015 (<https://peru21.pe/economia/inei-informalidad-afecta-75-pea-165774>).

²⁷ Revisar <https://www.ceplan.gob.pe/>.

²⁸ La economía informal se expresa en la rápida aparición de vendedores ambulantes, comerciantes y talleristas que laboran en mercados y barrios periféricos.

Así, se asentaron conductas antiestatales, entre las que también se encontró la producción de coca y la subversión, que se articularon a la crisis de legitimidad de las viejas oligarquías agrarias de Latinoamérica. A este respecto, se habló de la existencia de un quiebre moral societal de donde emergieron expresiones más individuales, así como más espacios para la agresión social. Umberto Eco y Furio Colombo (1974) describieron este fenómeno como la “degradación de los grandes sistemas”, que refiere concretamente a la incapacidad del Estado para controlar áreas excluidas y los comportamientos desarrollados de manera “subterránea” o “informal” en estos espacios.

Al articular las ideas anteriores, se puede establecer que la debilidad estatal (la insuficiencia de sus recursos) y el evidente desinterés de parte de las minorías urbanas por las mayorías indígenas fueron los desencadenadores de una suerte de anarquía local (Fuenzalida 1991). Ese contexto, que tuvo como consecuencia la ausencia de la ley en las zonas del interior del país, ha transformado el sentido común local y ha generado actitudes estratégicas de supervivencia, de aprovechamiento, de fuerza y poder. Así, la definición de informalidad ha ido más allá del ámbito económico, ha abarcado un estilo de vida que se prolifera en todos los aspectos de la sociedad y se expresa tanto en el ámbito residencial como en el laboral.

En esa medida, el Perú ha sido definido como un país sin Estado, sin leyes y sin normas, que se caracteriza por la corrupción explícita y por albergar ciudades completamente precarias. Se ha constatado históricamente que el Perú ha mantenido las mismas estructuras y comportamientos liberales que ya

se evidenciaron socialmente en los años de la Independencia (1821), y que desde entonces definieron al país como fragmentado, con un mercado desregulado, que alberga ciudades duales y sin referentes colectivos consolidados (Ludeña 2010). La particularidad histórica que se mantiene presente y se encuentra intrínsecamente relacionada a la informalidad se explicará a mayor detalle en el apartado Reestructuración neoliberal.

2.2. Gamarra como aglomeración económica²⁹

Dentro del contexto limeño presentado se ha descrito la creación de riqueza desde lo informal y lo popular, que de manera significativa se dio a través de la emergencia y desarrollo de una extensa variedad de microempresas. A este respecto, Fernando Villarán estudió casos y experiencias de migrantes que denominó “grupos de eficiencia”³⁰, que lograron crear riqueza desde abajo (a través de la formación de micro y pequeñas empresas) y superaron las dificultades del proceso de transición en el que se encontraban inmersos (1998). El caso de estudio, el emporio textil o Complejo Gamarra, resulta emblemático tanto por su importancia para el ascenso

²⁹ Actualmente, a causa de la crisis del conglomerado, las calles se encuentran desordenadas y con una fuerte aglomeración de comercio ambulatorio. Esto mismo sucedió durante la época de conformación del conglomerado, descrita en el presente apartado de esta investigación. En la Ilustración 3 se realizó un collage que combina la estación del tren Gamarra (inaugurado en el 2011) junto con una imagen de las calles en que se ve la presencia de comercio ambulatorio. Estas imágenes remiten a un pasado que vuelve a presentarse actualmente a partir de la crisis. Asimismo, en la Ilustración 4 se muestra el movimiento comercial en el exterior e interior del conglomerado, con características similares.

³⁰ En Lima se formaron una variedad de grupos de eficiencia, entre los que esta CBK y conglomerados de la avenida Aviación, en la rama metalmecánica, los fabricantes de calzado en Trujillo, la Asociación de productores agroindustriales de la región inca-cuzco, manufactura textil Villa El Salvador S.R.L., Conglomerado de Reparación y Servicios Electrónicos y Electrodomésticos en Papuro, entre otros (Villarán 1998).

económico de la masa de migrantes, como por representar una experiencia única de producción e industria textil en el país. En un inicio constituyó una zona integrada de 25 manzanas ubicada en el distrito de La Victoria, que se formó en la década del 60s y tuvo su época de “boom” económico en las décadas de los 70s y 80s. En dicho espacio urbano residencial de alta densidad, se desarrollaron entre 4000 y 6000 establecimientos en donde se produjeron, confeccionaron y comercializaron prendas de vestir de todo tipo (deportivas, elegantes, para niños) así como insumos (hilos, botones, lanas, telas) y productos en procesos intermedios. Lo característico de estos productos fue su bajo precio y calidad media o baja, debido a que en sus inicios se orientó principalmente a sectores populares (Ponce 1994).

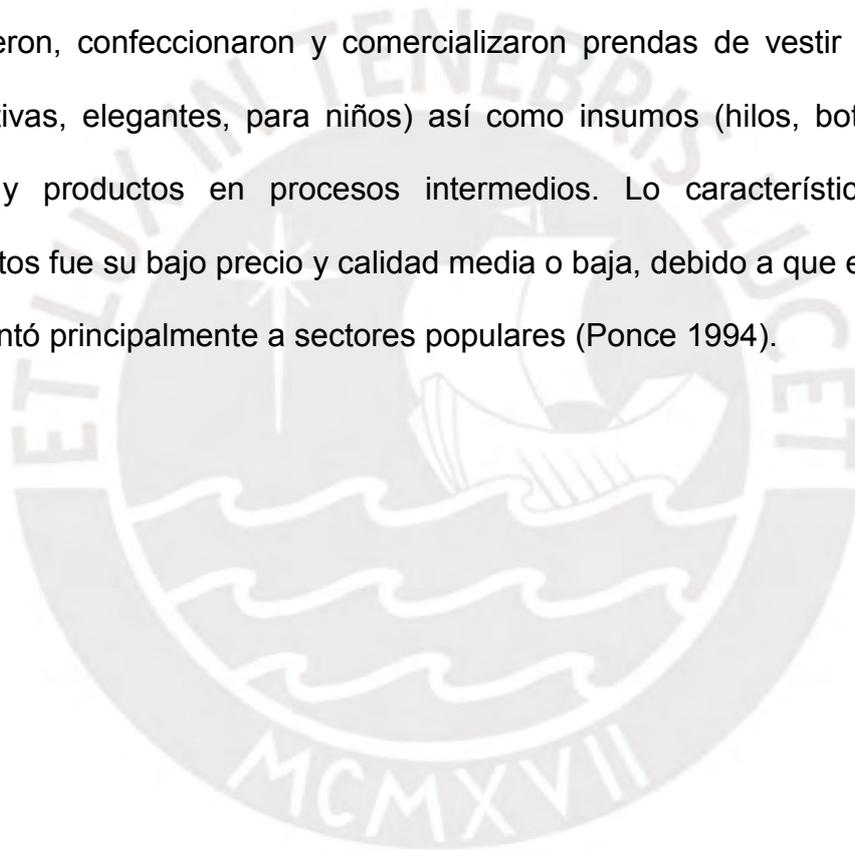


Ilustración 3. Aglomeración en la estación y en las calles.



Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2018).

En buena cuenta, la emergencia de Gamarra ha sido resultado del tipo de urbanización de La Victoria, que fue influenciado por el desarrollo urbano de Lima a principios de siglo. Esto se explicó por su vecindad geográfica con el centro de Lima, que durante su proceso de urbanización requirió la aparición de pequeños talleres que albergaron diversos oficios, los cuales luego conformaron industrias y empresas. Con referencia a lo anterior, fue la

construcción del Mercado Mayorista y Minorista³¹ en La Victoria lo que impulsó un importante movimiento comercial en el distrito, lo cual además explicó la ocupación y poblamiento de sus trabajadores en las faldas del Cerro San Cosme³², que se encontraba geográficamente próximo al mercado, por lo cual además de trabajar en el emporio resultaron ser consumidores de las prendas de vestir producidas. Cabe agregar que muchos de los actuales comerciantes del emporio se iniciaron como ambulantes en la Av. Aviación, que luego de conseguir acumular capital, buscaron instalarse y constituir una tienda en el Jirón Gamarra³³ (Ponce 1994).

A su vez, la aparición del Mercado Mayorista permitió que se asentaran en el entorno diversas empresas vinculadas al transporte y a la transformación de alimentos para consumo humano inmediato, por lo cual comenzaron a operar líneas de carga y pasajeros, con paraderos en las Av. Gamarra, 28 de Julio y Aviación, zona conocida como “La Parada”, en donde se reconocía su carácter de mercado, pues se podían encontrar desde carretillas de fruta hasta puestos de ropa. Así pues, La Victoria fue considerada la puerta de entrada y

³¹ El Mercado Mayorista y Minorista de Lima fue construido en el año 1945 con la finalidad de remediar la falta de espacio en el Mercado Central cuando el crecimiento del comercio al por mayor rebasó su capacidad (ubicado en el centro de Lima y considerado en ese entonces el punto de venta más importante de confecciones y textiles). Cabe resaltar que gracias al desarrollo del sistema vial, la industria y los servicios fue impulsado el comercio al por mayor a nivel nacional (Ponce 1994: 60).

³² El Cerro San Cosme, fundado en 1946, es considerado el asentamiento humano más antiguo del Perú, y por tanto, constituyó la primera experiencia que luego siguieron distintas agrupaciones de trabajadores autoempleados en diversas zonas de Lima, que inició con la invasión de las faldas de los cerros y continuó con la adecuación a la topografía, para luego asociarse como gobierno local (Ponce 1994: 61).

³³ Uno de los pioneros más conocidos del emporio que siguió dicho camino fue Pedro Guizado (Ponce 1994), quien junto a su hermano: “...habían sido empleados, vendedores de una tienda en la avenida Aviación, para luego independizarse y trasladarse al jirón Gamarra. En Octubre de 1990 se habían convertido en una enorme galería denominada “Galerías Guizado” ubicada en el corazón de Gamarra, además de toda una red de pequeños talleres y tiendas comerciales aledañas al lugar” (Revisar <http://historiadeemprendedores.blogspot.pe/2014/06/emporio-textil-gamarra-el-numero-uno-en.html>).

salida de mercadería que se transportaba por la Carretera Central hacia las regiones del interior del país, y en ese sentido, el punto de encuentro de la cultura criolla capitalina con lo provinciano. Además, gracias al auge de las carreteras³⁴, las primeras fábricas de confecciones fueron abastecidas con insumos nacionales de alta calidad, como algodón y lana, producidas en el interior del país (Ponce 1994).

En el contexto descrito, y al considerar el acelerado crecimiento de la ciudad³⁵ y las demandas de vestimenta por parte de la masa de trabajadores del mercado Mayorista y sus familias, se entiende la rápida penetración de los comerciantes de productos alimenticios en La Parada hacia el negocio de las telas o confecciones. En ese entonces, las ventas se daban con facilidades de pago, ya que debido a la seguridad del trabajo y al grueso de trabajadores, resultaba conveniente la venta al crédito (que refiere a contratos de palabra), lo cual incentivó el dinamismo de los intercambios comerciales. Fue así como La Parada se convirtió en un mercado mayorista de telas y confecciones, así como un punto de atracción para los migrantes, tanto por la necesidad de prendas de vestir, como por la comodidad de ser “atendido por los suyos” en un sentido étnico y cultural (Adams y Valdivia 1994). Además, ese movimiento comercial, que en un principio fue informal y ambulatorio, dio inicio a los talleres de

³⁴ En el gobierno de Leguía se desarrolló un programa masivo de carreteras, que estimuló un mayor crecimiento de Lima respecto al resto del país, en el marco de una mayor intercomunicación e intercambio de mercancías con las ciudades del interior (Ponce 1994).

³⁵ Resulta oportuno mencionar que el devenir de la industria textil se relacionó directamente con las tendencias de crecimiento de la población mundial y nacional, y con el cambio en la estructura poblacional que pasó del ámbito rural al urbano. En ese sentido, se entiende que el crecimiento y cambio hacia una estructura urbana devino en el auge de las construcciones masivas de viviendas de interés social en la década de los 50s, entre las que estuvieron las unidades vecinales o la conocida urbanización popular de El Porvenir. Así, de manera generalizada, la clase media accedió masivamente a vivienda (Ponce 1994: 73).

confecciones así como a tiendas y fábricas de textiles y generó redes de subcontratación, que en un primer momento operaban como “industria a domicilio” (el trabajo se desarrollaba en viviendas aledañas de la zona) y, posteriormente, con talleres propios en las tiendas o a partir de la contratación de servicios de talleres de terceros (Ponce 1994).

Ilustración 4. Movimiento comercial en el exterior (izquierda) y en el interior de Gamarra (derecha).



Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2018).

También, cabe resaltar que la existencia de redes familiares y étnicas permitió una mayor eficiencia en las etapas iniciales de la formación empresarial, al considerar que la existencia de valores de reciprocidad comunal y familiar incentivaron la venta al crédito y al mismo tiempo redujeron los costos

de producción, ya que el trabajo se daba en las viviendas y, en muchos casos, no se debía dar sueldo a los trabajadores por tratarse de la familia o los “paisanos” (quien comparte lugar de origen). Esta dinámica impulsó la industria de confecciones y promovió su constitución como la principal economía de aglomeración en la ciudad de Lima³⁶.

El concepto de aglomeración, en buena cuenta, refiere a la cercanía geográfica entre empresas, lo cual implica el abaratamiento de costos de producción así como una mayor división y especialización del trabajo. En ese sentido, la subcontratación de servicios encadena las actividades específicas en el proceso de producción de textiles, como pueden ser cortes, bordados o costuras, en un mismo espacio, lo que también se conoce como *clúster*³⁷, y que como tal, constituye el lugar en donde emergen estrategias de desarrollo en un área económica particular (Coe, Kelly y Yeung 2007). En pocas palabras, las economías de aglomeración se expresan en la especialización de una amplia

³⁶ Ahora, es necesario resaltar una diferencia fundamental entre las prácticas informales y las ilegales, ya que estas últimas implican la obtención de bienes o servicios ilícitos de manera sistemática, con lo cual existe necesariamente un respaldo obligatorio, es decir, el cumplimiento de los contratos se asegura a través de emplear la fuerza (Granovetter 1993). En el caso de las prácticas informales, no se cuenta con este tipo de protección, por lo cual, al aproximarse al modelo del “verdadero mercado”, requiere de manera progresiva de los eslabonamientos sociales para funcionar de manera efectiva. En ese sentido, el recurso central para asegurar las transacciones es la «confianza mutua», lo que implica que ambas partes pertenecen a una misma estructura social (Granovetter 1993). Así, la confianza emerge de una identificación de características o sentimientos comunes entre los actores, al igual que de las expectativas de castigo y exclusión de parte de las redes sociales, en caso de incumplir los contratos acordados. En otras palabras, en este tipo de transacciones, la sanción social resulta la amenaza más efectiva (Portes y Haller 2004).

³⁷ *Cluster* refiere a la concentración de empresas interconectadas en un área económica particular. En el caso de un *cluster* de negocios, la concentración territorial implica una serie de ventajas debido a que se generan cadenas de valor, es decir, grupos de negocios que venden y compran productos y servicios entre sí. En ese sentido, se entiende que la proximidad física tanto de proveedores como compradores fue lo que permitió la reducción de costos, así como una adecuación de la oferta y la demanda, lo que además permite una mayor competitividad entre los negocios (Porter 1990).

variedad de talleres en un producto o insumo específico, así como en la existencia de la subcontratación –y el encadenamiento de actividades productivas– y en la agrupación de oferta de ventas a nivel masivo, lo cual permite mantener la independencia del productor (Villarán 1998).

A este respecto, Evert Jan Visser y José Távora señalaron: “Las microempresas de Gamarra aprovechan la mayor disponibilidad de insumos y la posibilidad de reducir costos de transporte y pérdidas de tiempo, logrando mayor flexibilidad en sus operaciones. También se benefician de los efectos en el aprendizaje generados por la propia concentración: el mercado enseña y está muy cerca, literalmente a la vista” (1995: 46).

Ilustración 5. Mapa con los puntos de ubicación de La Parada – Cerro San Cosme – Carretera Central.



Fuente: Google Earth (2018).

Como se puede observar, el surgimiento de Gamarra como una concentración comercial se explicó por su ubicación “estratégica” en un distrito con tradición comercial e industrial, así como por su cercanía con la Carretera Central. Asimismo, por ser un espacio de convergencia para los migrantes, las empresas de transporte y los comerciantes ambulantes. Así pues, su carácter de economía de aglomeración si bien ha sido resultado de las condiciones geográficas del espacio, también se consideró consecuencia de las políticas estatales de la década del 70, que impulsaron la protección absoluta del mercado interno. Fue durante el régimen militar de Velasco Alvarado (1968 – 1975) que se impuso una política económica proteccionista, que a través de aranceles e impuestos encareció la entrada de productos extranjeros, y con ello promovió que el mercado interno consuma primordialmente la producción nacional. En otras palabras, se buscaba que la población local pase de consumir bienes importados a consumir bienes nacionales (McClintock y Lowenthal 1985; Parodi 2000). Fue así como entre 1968 y 1971 la producción textil creció a una tasa promedio anual de 20%, principalmente por la demanda interna. Además, el acelerado incremento en la población nacional produjo una fuerte demanda de prendas de vestir³⁸, que junto con la aparición y uso masivo de materiales artificiales y sintéticos³⁹ en el mercado textil, impulsó la

³⁸ Cabe resaltar que La Parada fue un espacio de atracción también para los migrantes que no residieron en La Victoria, pero que al migrar del campo a la ciudad requerían prendas de vestir, pues el cambio de entorno también implicó un cambio en la forma de vestir (Ponce 1994).

³⁹ A este respecto, la producción de fibras sintéticas como el polyester en combinación con el algodón y lanas naturales de gran calidad, permitieron reducir los precios. El crecimiento del comercio de Gamarra se vio reflejado en el consumo de algodón por parte de la producción textil, que en los setenta llegó a ser casi el 70% (Ponce 1994).

producción en Gamarra para el consumo interno pero también para envíos a provincias (Ponce 1994).

Además, en esa misma década (año 1972, específicamente) la Municipalidad cambió la zonificación del área del emporio de residencial⁴⁰ a comercial, bajo la aplicación del Plan de desarrollo Metropolitano Lima Callao (PLANDEMET 1967 – 1980), lo cual permitió la construcción de galerías comerciales. Cabe resaltar que la aplicación del plan proveyó respaldo técnico necesario para cimentar el desarrollo de la infraestructura del emporio, y por tanto, generó las condiciones ideales para que los empresarios textiles con capacidad de inversión y gestión decidieran ingresar a la rama inmobiliaria (Ponce 1994).

Con respecto al PLANDEMET, es necesario señalar que se dio en el marco de los retos en gestión urbana que debían afrontar los poderes municipales en un contexto complejo de acelerado crecimiento poblacional. En ese sentido, el plan buscó ser un punto de partida para identificar los aspectos urbanos que deberían ser abordados por los gobiernos locales⁴¹, por lo que reconoció la responsabilidad de la municipalidad con respecto al desarrollo urbano, que antes era exclusiva del gobierno local. Sin embargo, la incapacidad de los municipios para ejecutar las políticas del plan se explicó por los objetivos cortoplacistas y la mala gestión de los gobiernos nacionales

⁴⁰ El área del emporio Gamarra estuvo calificada por la Municipalidad como “residencia de alta densidad”, la cual respondió a la presencia de edificaciones masivas de viviendas en la zona (Ponce 1994).

⁴¹ Por ejemplo, ante la discontinuidad y falta de planificación de la red vial, se propuso la diversificación y apertura de rutas para lograr una articulación con las vías nacionales (Oviedo 2009).

democráticos, que no lograron avanzar en la generación e implementación de estrategias aún necesarias para el desarrollo urbano de la ciudad (Oviedo 2009).

Por otro lado, se reconoce que además del cambio de zonificación a comercial hubo una recesión en la industria textil entre 1971 y 1975, a causa de la disminución en los niveles de ingreso de amplios segmentos de la población. Sin embargo, la producción logró recuperarse a partir de 1976 gracias a los elevados volúmenes de mercancía exportada (Ponce 1994) que se dirigió principalmente a Venezuela, pero también a Ecuador y Bolivia, tanto por clientes provenientes de dichos países que compraban mercadería para llevársela, así como por empresas que acopiaban la ropa y la comercializaban por envíos (Vera 2011).

En este punto, y a partir de los procesos mencionados, se entiende que las empresas más antiguas y grandes, al no contar con la misma cantidad de personal durante la recesión, se vieron obligadas a reducir la escala de sus operaciones y desarrollar la industria a domicilio y la subcontratación. Así, muchos de los trabajadores con experiencia en el campo decidieron crear pequeñas empresas tanto individuales como grupales. Fue así como una gran cantidad de pequeños empresarios pudieron insertarse de nuevo en el mercado sin necesidad de contar con capital para invertir. En ese sentido, emergió una escala extensa de cooperación industrial y comercial. En palabras de Ponce: “la mayor inversión que por esa época recibió La Victoria fue en capital humano. Los grandes capitanes de industria dejaron escuela en el

distrito y en muchos casos desarrollaron importantes ejemplos de cooperación empresarial. La experiencia que ellos transmitieron se plasmó quince o veinte años después, cuando los matriceros, torneros, tejedores de esas fábricas, formaron numerosas pequeñas empresas” (1994: 49).

Finalmente, se puede establecer que, bajo el contexto presentado, el impresionante número de microempresas de confección que surgieron fueron, en buena cuenta, negocios familiares con salarios bajos (o nulos), que no tributaban ni daban seguro y beneficios sociales, por lo cual lograron una rápida acumulación de capital, destinada constantemente a la reinversión y el avance, típico del emprendedurismo⁴². En esa medida, se puede hablar de una precarización de abajo-arriba, ya que los negocios pudieron impulsarse gracias a contar con trabajo no remunerado. A su vez, dicha precarización se relacionó tanto a una ausencia de fiscalización⁴³ como de políticas estatales que idealmente acompañarían a conglomerados como Gamarra en su proceso de formalización, de modo que se pudieron desarrollar según estándares labores, ambientales, entre otros (Gamero 2009). Sin embargo, aunque dichas condiciones laborales resultaron desfavorables para el trabajador en sus

⁴² A este respecto, la actitud emprendedora se ve relacionada al desarrollo de mentalidades económicas en los empresarios, y que en el contexto local de adaptación de la cultura andina refiere a los esfuerzos orientados al crecimiento del negocio a través de la disciplina, el ahorro y el ascetismo. Asimismo, en el marco del capitalismo moderno, también refiere a una actitud competitiva y dispuesta al cambio, lo cual se adapta a los lineamientos de la libre competencia. Más adelante en el documento se ofrece mayor detalle respecto a la cultura empresarial y las mentalidades económicas que se generan a partir de los cambios en el contexto (Valdivia 1993).

⁴³ Este contexto fue resultado de la llamada «flexibilización laboral», que tuvo cabida a partir de la eliminación de la estabilidad laboral absoluta que, en pocas palabras, significó la posibilidad de despido de los trabajadores mediante el pago de una indemnización. De esa manera, los trabajadores quedaron desprotegidos, pues los contratos laborales pasaron a ser de carácter intermitente o temporal. Cabe resaltar que el Ministerio de Trabajo estuvo ausente en la fiscalización del cumplimiento de las pocas normas que implicaban un beneficio para el trabajador (Arias 2014).

inicios, también incentivaron el aprendizaje y la independización de quienes hubieran adquirido una buena técnica para confeccionar o una habilidad para negociar (Ponce 1994).

Fue entonces entre los años 1978 y 1987 que se dio el *boom* de Gamarra, lo cual proveyó al conglomerado de condiciones necesarias para desarrollarse y adaptarse a cambios importantes en el entorno comercial en la década de los 90s, enmarcado en la reestructuración neoliberal y el creciente proceso de globalización. Esto incidió en las nuevas tendencias de mercadeo, en que se valoraron los productos especializados por sobre los masivos, se desarrolló la moda y aparecieron galerías y *boutiques* como nuevos competidores. Esto introdujo un modelo de diversidad en la mercadería y capacidad rápida de cambio. Ponce (1994) resaltó la capacidad de Gamarra para adaptarse al nuevo entorno, consideró una ventaja especial la combinación de una tradición artesanal y las contribuciones modernas de las empresas antiguas que luego se desvincularon. Además, el ambiente de competitividad, así como de colaboración horizontal, permitió establecer vínculos que facilitaron conseguir cooperación técnica en temas de diseño, maquinaria y mercadeo.

Para abordar ahora la década de los 90s resulta necesario establecer que en los 80s, bajo el primer gobierno de Alan García Pérez, el país enfrentó una fuerte violencia política y crisis económica, en la que cayeron los salarios y en general disminuyó la capacidad adquisitiva del grueso poblacional. La aplicación del llamado “programa heterodoxo” durante su gobierno, que tenía

como objetivo la reactivación económica, en realidad devino en una crisis en la balanza de pagos y en las reservas internacionales, así como en un aumento de la inflación y la consiguiente escasez de alimentos y productos de primera necesidad. El punto de quiebre fue el intento de estatización de la banca, medida con mayor rechazo de parte de la derecha, y razón por la cual emergió como oposición el movimiento FREDEMO, así como candidatos del APRA, la Izquierda Socialista y la Izquierda Unida para las elecciones de 1990. Bajo ese contexto, surgió la figura de Alberto Fujimori, ingeniero agrónomo de nacionalidades peruana y japonesa, que lideró el partido Cambio 90. Si bien Fujimori, hasta ese entonces, era desconocido en la política, ganó las elecciones con el 62% de los votos (Portocarrero 2000).

Es necesario constatar que la estrategia económica de Fujimori supuso una transformación de la economía peruana hacia el modelo de libre mercado. Se anunció un programa de estabilización económica con el objetivo de reordenar y sentar las bases para el crecimiento futuro (Parodi 2000). Este tipo de estrategia político-económica se puede entender bajo la concepción de la «doctrina del shock» en referencia a la instrumentalización del estado de trauma colectivo que sufren las poblaciones ante épocas de crisis (Klein 2008), como la que vivió el Perú durante la época de violencia y crisis (1980 – 1990). Dicha estrategia consistió en utilizar las sensaciones de miedo e inseguridad de la población para insertar medidas de transformación capitalista, como la reducción de impuestos, la privatización de los servicios, la apertura del

mercado, el recorte del gasto social y la desregulación generalizada⁴⁴. Si bien muchos países en donde suceden estas transformaciones son democráticos, la atmósfera de crisis creaba el pretexto necesario. Es decir, este modelo económico puede imponerse en democracia, pero al tener necesariamente condiciones políticas autoritarias. En suma, constituyó una forma fundamentalista del capitalismo que requirió de grandes catástrofes que aterroricen a las personas, de forma que se anule su capacidad de respuesta.

2.3. La reestructuración neoliberal

Fue bajo ese contexto que tuvo cabida la implementación de medidas neoliberales como parte del llamado “ajuste estructural” fujimorista, que consistió principalmente en “...la devaluación, la elevación de los precios de los productos de primera necesidad, la desregulación laboral, la privatización de las empresas públicas, entre otras” (Arias 2014: 23). En ese sentido, resaltamos que los derechos laborales del siglo XX, conseguidos por los mismos trabajadores y reivindicados por la Constitución de 1979⁴⁵, pasaron a

⁴⁴ Según Klein (2008), las tres medidas habituales (privatización, desregulación gubernamental, recortes en el gasto social) tendían a ser impopulares para la población, pero cuando se lograban instaurar acuerdos oficiales, era posible justificar la existencia de un consenso mutuo entre los gobiernos y los supuestos expertos. En el caso de Irak, se impuso ese mismo programa ideológico mediante condiciones coercitivas: ocupación militar de una potencia extranjera luego de una invasión o catástrofe. Los atentados del 11 de setiembre permitieron esta imposición estadounidense a través del poder militar, la doctrina del shock y el trauma colectivo. Estas reformas radicales tuvieron también su entrada en Argentina, Chile, China, Rusia, etc. En los ochenta, las crisis de endeudamiento en África y Latinoamérica imponían a los países la privatización.

⁴⁵ Resulta necesario mencionar que fue durante la transición de los gobiernos militares de Velasco Alvarado y Morales Bermúdez que se desarticuló una gran cantidad de organizaciones gremiales y cooperativas agrarias. Fue así que en 1977, después del primer paro nacional, se despidió a más de 5000 trabajadores, entre los que estaban gran parte de los dirigentes gremiales (Arias 2014: 22).

ser percibidos por los grupos de poder económico como una traba para el capital en su proyecto neoliberal. En otras palabras, la estabilidad laboral y las prácticas que encarecían la mano de obra ocasionaron una disminución de la producción, por lo cual se consideró necesario reformar las relaciones laborales para atraer las inversiones del empresariado (Arias 2014).

El edificio del neoliberalismo cuenta con tres pilares fundamentales: la entronización de una economía de libre mercado como la única moneda legítima de interacción social; la desregulación concomitante (si bien parcial) de algunas de las funciones estatales y la renuncia por parte del Estado keynesiano de ayuda social y apoyo a la reproducción social; y la santidad de la propiedad privada junto con la progresiva privatización de los recursos sociales. Todo eso vino unido a un estatuto casi de culto de los beneficios, las acciones, el individualismo y el capital financiero – la «financiarización de la vida cotidiana» (Smith 2009: 11).

Como señaló Smith, el neoliberalismo representa una estrategia política, social y económica, que si bien implica procesos de privatización y desregulación locales, en realidad siempre ha sido la expresión de un proyecto global de explotación: el capitalismo. En buena cuenta, el capitalismo consiste en “...una estructura de control del trabajo, de sus recursos y productos, que articuló a todas las formas históricamente conocidas (esclavitud, servidumbre, pequeña producción mercantil independiente, reciprocidad y salario) en torno de y bajo el predominio de la relación capital-salario [...] y del mercado mundial” (Arias 2014: 21).

Ahora, si bien la globalización ha sido entendida como un componente económico-geográfico más limitado del proyecto neoliberal, en realidad constituye una variante del capitalismo que logró erosionar las fronteras económicas definidas por el sistema de los Estados nacionales. Por ello, a finales de la década de los 90s se complejizó una diferenciación coherente

entre las economías nacionales, lo cual tuvo como consecuencia un cambio drástico en la relación de las ciudades con los Estados y con las economías globales, culturales y políticas. Se entiende entonces que “con el desmantelamiento del apoyo a las políticas y programas de reproducción social por parte de muchos Estados nacionales, el neoliberalismo rompió ese claro nexo; más exactamente, la globalización llevó al establecimiento de una relación nueva entre las ciudades y la economía global que hasta cierto grado puentea al Estado nacional” (Smith 2009: 17).

Se puede constatar, entonces, que las regiones urbanas pasarían a ser las nuevas plataformas de producción para la economía mundial bajo el predominio del capitalismo y el neoliberalismo que, en el contexto peruano, fue instaurado a partir del llamado Consenso de Washington, bajo las imposiciones del Banco Mundial y el FMI (Arias 2014).

Ahora, respecto al rol del Estado, se encontró una serie de paradojas referidas a su interferencia en la economía. Más allá de la crítica al Estado mercantilista (De Soto 1987), se consideró que los funcionarios pueden ser definidos como empleados de empresarios externos contratados para asegurar el acceso a los recursos del gobierno, tanto a través de contratos como a partir del incumplimiento de las normas. Esta situación de corrupción de parte de los funcionarios se relacionó directamente a la mayor o menor aproximación a una situación de libre mercado, en que bienes y servicios son vendidos a quien más pague por ellos (Moya-Pons 1992). En todos los países en los que se haya aplicado estas recetas económicas durante las últimas tres décadas, se

encontró una alianza entre un número reducido de empresas multinacionales y una clase política enriquecida. Las élites políticas y empresariales se han fusionado a partir del intercambio de favores que garanticen su apropiación de los recursos públicos. Ejemplos de ello son los campos petrolíferos de Rusia, las tierras colectivas en China y los contratos de reconstrucción en Irak (Klein 2008).

Entonces, esta mercantilización del Estado implicó que este se encontró a merced de las fuerzas del mercado, por lo cual no cumplió con su rol regulador. Del mismo modo, al no existir un marco jurídico estable y una fiscalización adecuada, las inversiones productivas de largo plazo no son posibles. Por tanto, la lógica del empresario lo llevará a apropiarse de las oportunidades de renta al comprar privilegios al Estado, en lugar de generar una planificación a largo plazo que genere rentabilidad. Así, sin una mediación en la competencia, las reglas se vuelven impredecibles y no se genera una planificación capitalista sistemática ni el desarrollo de una clase burguesa moderna (Portes y Haller 2004).

Ahora, vemos que este proceso de reestructuración nos lleva a encontrar múltiples coincidencias respecto a otras ciudades latinoamericanas. Sin embargo, Wiley Ludeña (2010) resaltó la existencia de una estructura histórica de carácter liberal en la Lima de los años de la Independencia (1821), en los cuales se empezó a evidenciar la imperante informalidad, nula cohesión social y consolidada impunidad de lo delictivo y corrupto. En otras palabras, se puede hablar de una larga tradición cultural ligada a la liberalidad, la

informalidad y la desregulación, y que visiblemente se ha logrado mantener a partir de alianzas estratégicas entre las élites políticas y empresariales.

En esa línea, también se señaló como otro fenómeno característico del país la manera en la que se articularon los sectores socioeconómicos formal, informal e ilegal (Durand 2007). Esto se evidenció en la aparente presentación del país en términos formales y democráticos, cuando simultáneamente, se mantienen y consolidan un sistema y cultura económica liberal. Ludeña insistió en que se debe abordar las transformaciones producidas por la reestructuración neoliberal y la globalización a partir del movimiento integrado de los tres sectores mencionados, ya que actualmente es la manera en que opera el país. Así, ambos fenómenos, es decir, la tradición liberal y la triada articulada informal-formal-ilegal, dan como resultado un país profundamente fragmentado.

De acuerdo a Ludeña (2011), las transformaciones de la década de 1990 fueron un afianzamiento del modelo neoliberal, que se expresó y expresa en la ausencia estatal, la desregulación del mercado y la persistencia de la desigualdad social. A su vez, el ajuste estructural implementado como parte del modelo neoliberal incluyó una reforma laboral, que consistió en la neutralización de los sindicatos y el despido de una gran cantidad de trabajadores públicos y privados. Se modificaron las normas relacionadas a la representación de los trabajadores, a los procedimientos de negociación y al derecho a huelga (Arias 2014).

Así, se estableció una estabilidad laboral relativa que permitió el despido de los trabajadores mediante el pago de una indemnización (Chacaltana y García 2001) para dejar de lado la estabilidad laboral absoluta, así como la obligación de presentar causas justas ante un despido. Todo lo anterior se dio como resultado de la llamada “flexibilización laboral”, que expresó el carácter intermitente y temporal de los contratos. De esa manera, la modalidad de la subcontratación se extendió y formó cooperativas de trabajo y fomento del empleo, y «services» (formas de contratación temporal de las grandes empresas) (Arias 2014). Entonces, como consecuencia del ajuste estructural, la década de 1990 fue la de mayor desempleo en Lima (Bernedo 2000), situación ante la cual la mayoría de desempleados optaron por el trabajo informal.

Sin embargo, y a pesar de las consecuencias mencionadas para el trabajador, la implementación de políticas macroeconómicas drásticas y la reducción de la violencia permitieron al país experimentar un acelerado crecimiento económico⁴⁶, así como el desarrollo del comercio internacional y las inversiones extranjeras⁴⁷. En otras palabras, el Estado peruano hizo una serie de concesiones especiales para proteger a los inversionistas extranjeros y facilitar el comercio internacional, de modo que se logre la reincorporación a la economía global (Chion 2002).

⁴⁶ Este crecimiento económico refiere directamente al aumento del PBI y las inversiones, lo cual expresa la supremacía de un modelo de crecimiento enfocado en el capital financiero global, de espaldas al capital social local (Chion 2002).

⁴⁷ Las nuevas inversiones se insertaron al país en un marco laboral altamente ventajoso para ellas, lo cual, sumado a la incorporación de nuevas tecnologías, permitió operar con una fuerza laboral significativamente menor (Arias 2014).

En relación a lo anterior, Chion resaltó la importancia de actores locales con capacidad para organizarse e innovar para captar flujos de la economía global y articularlos a nivel local. En ese sentido, considera que la atracción de flujos de capital, comercio e información internacional si bien ha dependido de las políticas centrales macroeconómicas mencionadas, en gran medida también resulta de las capacidades de dichos actores locales. Es decir, Chion se remite a la convergencia de redes globales y locales como desencadenador emergente de nuevos actores económicos, así como de cambios en los procesos industriales y en las relaciones entre inversionistas y trabajadores. Los cambios mencionados, además, contribuyen a desdibujar los límites entre lo formal y lo informal, así como a incrementar la diversidad social en los ámbitos de producción y consumo (2002).

En ese sentido, se entiende que Chion, al remitirse a esos espacios de concentración y articulación local-global, en realidad se refirió a nodos urbanos (2002), que si bien constituyen espacios con una alta conectividad, no se encuentran articulados al tejido urbano. Así, los nodos pueden abordarse como centros globales en la red de flujos, pero no como centros en la red urbana local (Castells 1997). Sin embargo, al remitirse a distintas categorías de centro, que diferencian centros históricos, centros-corredor y centros comerciales, se acepta que existen distintos elementos que los vuelven centros, como el poder simbólico o la accesibilidad. En el caso de Gamarra, puede ser considerado centro en tanto aglomeración comercial, debido a que atrae en su territorio una

masa de clientela con nuevas modalidades para el consumo (Panerai y Mangin 2002).

A este respecto, se han abordado los cambios más recientes en el modelo territorial a través del modelo del policentrismo, que implicó el paso de una estructura urbana en que tanto la producción como el empleo se ubicaron en un único centro, hacia una estructura en la que existen varios centros, los cuales integran los mercados de trabajo y viviendas y cuentan con funciones productivas y residenciales (Gonzales y Del Pozo 2012). Este modelo policéntrico de la ciudad, en buena cuenta refirió a las llamadas “ciudades globales” como lugares clave para las finanzas y empresas de servicios especializados (Sassen 1991; 1994). En otras palabras, son considerados los centros de control y administración de los proceso de expansión territorial de las actividades económicas en el marco de la economía global. Por otro lado, para buscar superar el confinamiento territorial y las jerarquías construidas en la configuración descrita por Sassen, la perspectiva de Castells (1996) propuso un enfoque que se definió por los flujos de información y las redes. Se describe este espacio de flujos a partir de la confluencia de distintos niveles de la sociedad informacional –conformada por circuitos de impulsos eléctricos, procesamiento informático y transporte de alta velocidad–, así como a la red financiera global –compuesta por lugares que constituyen nodos integrados en una red– y la actual forma de dominación societal –representada en la organización espacial de las elites dominantes (Chion 2002).

En esa medida, Lima parece acoger un “policentrismo centralizado”, en que las desigualdades entre los centros y las zonas de expansión continúan en reproducción en una escala más amplia (Gonzales y Del Pozo 2012). En buena cuenta, la población migrante ha conseguido ascenso económico de manera emergente a través de la autoconstrucción y el autoempleo, por lo cual se urbanizaron distritos populares y se desarrollaron espacios alternativos de movimiento de capitales fuera de Lima Centro (Matos Mar 2004). En ese sentido, se puede hablar de una nueva Lima emergente en tanto existen nuevos nodos de movimiento económico que atraen inversión del capital privado, representados en la aparición de centros comerciales modernos, como Plaza Norte. Sin embargo, esos nuevos centros no constituyen buenos espacios urbanos, debido que no se ha dado una mejora en la calidad de los espacios públicos, lo que además incidió en la percepción de inseguridad de la población. En suma, la reducida calidad urbana en estos nuevos centros representó la falta de planificación e inversión pública (Vega Centeno 2017). En este punto, se debe reiterar que el desmantelamiento de las políticas estatales promovidas por el neoliberalismo llegó a que se establezca un nexo directo de las ciudades con la economía global, lo que, como señaló Smith, “puentea” al Estado y produce a su vez un abandono de sus responsabilidades referidas a los espacios urbanos (2009).

Al hablar de estructura urbana, estos “nodos” también han sido denominados “subcentralidades” y han sido definidos como nuevos espacios centrados en el consumo y el acceso a servicios. Estos espacios generaron un

fuerte impacto en cómo operan las ciudades. Bajo este contexto emergieron los espacios residenciales cerrados (*gated communities*), así como los *country clubs*, en donde progresivamente se concentraron las clases altas y medias emergentes (Gonzales de Olarte, Del Solar y Del Pozo 2011). Esto sucedió a partir de la liberalización el mercado del suelo, que proveyó a las inmobiliarias de amplios ángulos para invertir. Asimismo, la elevada percepción de inseguridad y altos niveles de fragmentación social en la ciudad incentivaron este proceso de encerramiento y diferenciación social. En palabras de Ludeña:

Hoy la ciudad se ha hecho cada vez más polarizada, inequitativa, escindida social y espacialmente. En ella conviven como estructuras duales el primer y tercer o cuarto mundo, el consumo desenfrenado y la hambruna cotidiana, así como una ciudad formal autorreferencial y otra ciudad espontánea y marginal extensiva. Pero todo esto en un marco de espacios de control legal y formal relativamente definidos hasta los límites de ese vasto e indefinido imperio del mercado libre (2010: 32).

El paisaje urbano de Lima comenzó a ser conquistado por nuevas infraestructuras y los espacios públicos comenzaron a privatizarse como consecuencia de la débil institucionalidad estatal, a la que ya se ha hecho referencia (Díaz-Albertini 2016). En esa medida, tal y como expuso Ludeña, se puede entender que existe una Lima globalizada que recoge todos los componentes de un paisaje típico de la ciudad global: espacios residenciales cerrados, centros comerciales, extensas autopistas y un mercado de trabajo alrededor de centros terciarios comandados internacionalmente.

Ahora, una de las opciones de privatización que ha adquirido fuerza a partir de los años noventa ha sido la del centro comercial o *mall*⁴⁸, ícono de la

⁴⁸ El *mall* se ha convertido en un espacio alternativo en la ciudad, que ha llegado a reemplazar el tradicional paseo por las calles y plazas para “ir de compras”. Antes, la actividad de comprar

ciudad nodal o fragmentada (Borja 2003), tanto por contar con la facultad legal para segregar el espacio como por ofrecer un entorno seguro y pensado como imagen del mundo globalizado (Díaz-Albertini 2016). En pocas palabras, es un espacio que cuenta con una administración hiper-racionalizada, hiper-vigilada y altamente burocratizada (Finol 2005), cuyo éxito está relacionado a diversos elementos centrales de la ciudad “posmoderna”.

En ese sentido, el *mall* ofrece una experiencia urbana hacia “adentro”, ya que constituye un espacio cerrado y artificial que concentra una gran variedad de equipamientos y locales centrados en el consumo de mercancías. En esa medida, el individuo se mantiene resguardado dentro de una burbuja en la ciudad fragmentada (Amendola 1997), también llamada “isla” de consumo (Ritzer 2003). Se antepone a la imagen de los centros de las ciudades modernas, en los cuales era posible integrar en las calles diversas actividades, tareas e inclinaciones que mezclaran funciones residenciales, comerciales (restaurantes, comercios, restaurantes, ambulantes), culturales (música, actuaciones), políticas (manifestaciones, debates) y sociales (el paseo y lo lúdico). Esta transición de la residencia (espacio privado) a la vereda (espacio público) o al establecimiento (espacio privado de atención pública) generó espacios de socialización y civilidad, pues capacitó al ciudadano para el manejo de distintos tipos de relaciones, que van desde las íntimas-afectivas hasta las informales o neutrales (Díaz-Albertini 2016). Dicho manejo resulta

y consumir implicaba necesariamente caminar por las calles, situación que ha cambiado radicalmente con la aparición de los *malls* como centros autocontenidos, cerrados y seguros (Díaz-Albertini 2016).

necesario para formar comportamientos e interacciones adecuadas al entorno urbano, que asume múltiples encuentros y contacto con desconocidos.

Así, la creciente preocupación por el aumento de los *malls* se relaciona a su carácter de espacio orientado al consumo, así como al hiper-control que resguarda dentro de sus paredes. En esa medida, parece implicar la pérdida del espacio público (Borja 2003), ya que su carácter hipercontrolado, homogéneo y segregador impide que se desarrollen prácticas de resistencia (Davis 1990), por lo cual no se constituye como un espacio para el encuentro y el intercambio con el otro. En suma, el *mall* es un espacio desvinculado de la trama urbana, así como de sus peligros o riesgos, por lo cual se enmarca en la llamada ciudad «archipiélago»⁴⁹ (Vega Centeno 2007) que acoge los *malls* como sus islas especializadas en el comercio de bienes y servicios.

Ahora, el modelo de ciudad nodal y su variedad de equipamientos privatizados y globalizados incluyó cambios en los estilos de vida de la población, que pasaron a adoptar una cultura urbana de consumo global (Giglia 2001). En ese sentido, las estructuras capitalistas se encontraron inmersas en el orden que nos constituye como individuos, por lo cual estuvieron legitimadas por los mismos actores sociales (Ritzer 2003). Así, este contexto, que posicionó al centro comercial como espacio de concentración y encuentro,

⁴⁹ Es en las ciudades policéntricas como Lima en que la mayor especialización en el uso de los suelos deviene en una clara separación entre espacios de residencia y espacios de consumo. En esa medida, el *mall* se estableció como un espacio separado de la trama urbana, por lo cual se le refirió como una isla de consumo que separa funciones de la isla residencial. Debido a esa separación de funciones en islas, ciudades como Lima se pueden considerar ciudades «archipiélago» (que literalmente significa conjunto de islas agrupadas).

expresó cambios en la reestructuración de la ciudad, así como cambios en la manera en que se relacionaron sus habitantes (Ludeña 2011), que se remontaron al mismo origen de la era del consumo.

Es en la sociedad norteamericana en la que el consumo sufre un cambio de lógica. Antes de la era moderna, el consumo estaba supeditado a la satisfacción de las necesidades (Bauman 2004). Por ello, el consumismo era criticado, se consideraba que atentaba contra la estabilidad económica familiar e individual. Así surgió el *mall* como una estrategia que permitió el consumo sin culpa, al estar integrado con otras actividades sociales como pasear e interactuar, y que remite a espacios de la comunidad tradicional, como el ágora griega o el boulevard de París (Bauman 2004). En esa medida, se puede hablar de los *malls* como nuevos espacios que son apropiados por los individuos como alternativa a los espacios públicos tradicionales.

En un estudio realizado por Díaz-Albertini (2012) se comprobó que el 83.5% de los limeños preferían pasear en un centro comercial en lugar de por la calle. En el caso de los jóvenes, dicha preferencia se relacionó a la poca libertad que sienten en los parques públicos, debido al exceso de control de parte de los vecinos residentes, que se ejerce a través de los serenazgos. Esta situación se enmarcó en el debate sobre las nuevas formas de privatización de los espacios de Lima. En suma, es la sensación de inseguridad la que promueve la intolerancia hacia el “otro”. En muchos casos, el enrejamiento de las calles también deviene en que los jóvenes prefieran los *malls* como espacios de congregación.

Ilustración 6. Ricardo en su tienda de pasamanería.



En esta fotografía, Ricardo luce un tatuaje inspirado en su experiencia en el conglomerado: “Work Hard Stay Humble” (Trabaja Duro Mantente Humilde).

Fuente: Fotografía tomada por la autora (2017).

CAPÍTULO III: TRAYECTORIAS DE LOS EMPRESARIOS Y SUS ESTRATEGIAS ANTE LA CRISIS

Este capítulo de hallazgos presentará las trayectorias de los empresarios en relación a lecturas particulares de la crisis y estrategias desplegadas para sobrevivir a ella. En esa medida, sus experiencias en el entorno familiar, así como en el entorno laboral y el entorno comercial de Gamarra, con características locales particulares, permitieron entender la lógica detrás de sus estrategias y establecer una visión posible del conglomerado ante la crisis actual. Se seleccionaron 21 empresarios que actualmente cuentan con la capacidad de influir o liderar la transformación de Gamarra, tanto por sus capacidades laborales y económicas, como por las habilidades, conocimientos y redes sociales que han desarrollado durante sus respectivas trayectorias.

Para facilitar la lectura de los hallazgos, se ha elaborado un cuadro en que se agrupó a los empresarios entrevistados y se presentó su edad y la rama en la que se han desarrollado (ver Tabla 1). Las ramas refieren directamente al ámbito en el que se han desenvuelto laboralmente dentro del conglomerado: 1) la rama comercial refiere a la posesión de tiendas y establecimientos de venta de productos elaborados o de insumos; 2) la rama inmobiliaria refiere a la posesión de edificios que han sido ambientados como galerías o a la construcción de galerías comerciales nuevas; y 3) la rama dirigencial refiere a la pertenencia a alguna asociación de empresarios o trabajadores con fines tanto políticos como empresariales.

En el cuadro se presentan los Empresarios Empíricos⁵⁰, quienes conformaron el conglomerado a partir de 1960 sin ningún tipo de preparación técnica o superior, iniciaron sus trayectorias como vendedores ambulantes, operaron como industria a domicilio y luego compraron edificios y los convirtieron en galerías, o se involucraron en movimientos dirigenciales con la intención de mantener influencia sobre el conglomerado. Estos empresarios, por ser quienes conformaron el conglomerado, han sido llamados «Pioneros». También se tiene un sub-grupo de empresarios que han sido denominados «Nuevos Pioneros», por desplegar estrategias nunca antes probadas en el conglomerado. Esto se describirá en mayor detalle más adelante.

Asimismo, se presentan los Empresarios Jóvenes⁵¹, quienes en términos socio-económicos se entienden parte de la “nueva clase media” y, por tanto, han mantenido un estilo de vida urbano y han tenido la oportunidad de acceder a estudios superiores o técnicos. La «Segunda Generación» se conforma por hijos de empresarios "empíricos" del conglomerado, mientras que la «Nueva Generación», si bien también son segunda generación migrante, su entorno familiar no se ha construido en Gamarra, ya que se han insertado recientemente a través de estrategias nunca antes probadas en el conglomerado, y que serán descritas en mayor detalle más adelante.

⁵⁰ La elección de este nombre deviene del significado de la palabra “empírico”, que refiere a una forma en la que se auto-refieren los empresarios de este grupo para describir el carácter práctico de su aprendizaje, en contraposición a un aprendizaje más teórico o académico. En otras palabras, significa aprender a partir de las experiencias concretas o “empíricas”.

⁵¹ Se seleccionó el término Jóvenes, por ser los actores que incorporaron los cambios sociales recientes como parte de su cotidianeidad, que resultó central para la construcción de su identidad. Como sujetos jóvenes, cuentan con una manera particular de ser y de construir sus vivencias colectivas (Feixa 1999).

Con la descripción anterior se pretende esclarecer la relación existente entre los empresarios. Sin embargo, es necesario aclarar, con respecto a los empresarios pertenecientes a los «Nuevos Pioneros» y la «Nueva Generación», que si bien se ha resaltado que sus estrategias son nuevas y nunca antes desplegadas en el conglomerado, ello no implica que las estrategias de los otros sub-grupos no contaron con un nivel de innovación. Se ha hecho un esfuerzo por diferenciar a los empresarios según las estrategias que han desplegado, por lo tanto, esta distinción será más clara cuando se hayan descrito los hallazgos en mayor detalle. Por el momento, los cuadros sirven para que sea más fácil para el lector ubicar a los empresarios en un sub-grupo y así entender las diferencias y similitudes de sus trayectorias.

3.1. Las trayectorias de los empresarios “Empíricos”

3.1.1. La ética andina del trabajo

Las familias de todos los empresarios empíricos provienen de regiones costeras o andinas en las cuales se desarrollan principalmente actividades como agricultura y comercio. Como señaló la literatura revisada, las tradiciones comunitarias del mundo rural han resultado centrales en la socialización de este grupo de empresarios. Los padres inculcan a los hijos la importancia de la participación en la vida económica del hogar, por lo cual se asume que dicha forma de socialización convertía al trabajo en un sentido de vida.

Mariano (Pionero), nació y vivió toda su infancia y adolescencia en Ancash. Sus padres fueron agricultores y todos los días después de estudiar ayudaba con la economía familiar. Al recordar esas épocas, señaló con humor que sus padres fueron personas sumamente “rectas”, y relató: “Desde chiquito en la sierra te inculcan el trabajo, más que todo en la agricultura, y ya el que quiere sobresalir, sale (...) te dicen esto es así, esto es asa, por ejemplo, en las herramientas te enseñan el hacha, el serrucho, el machete, como se agarra, todo eso te enseñan, y eso te sirve (...) Para ellos primero es el trabajo... trabajo y después el estudio.”

Así, se entiende que la familia en el medio rural andino constituía una unidad productiva, por lo cual sus miembros contaban con una significativa valoración por el trabajo y una habilidad para la planificación en condiciones difíciles o desfavorables, así como un manejo meticuloso de los recursos económicos. En esa línea, Jacinto (Pionero), que creció en Arequipa en un contexto de mucha pobreza relató: “Yo soy de descendencia puneña, el puneño es trabajador... he sido formado así, a trabajar, a trabajar (...) Mi madre es de escasos recursos, era trabajadora de campo, y vi pues el sufrimiento de ella y no me gustaba, entonces tuve que salir...”

En esa medida, en el entorno andino campesino se consideró necesaria la participación de los niños en las actividades productivas, por lo cual, la familia inculca el concepto del trabajo, por el imperativo de la necesidad, como algo esencial en la vida. Por ello, se entiende a la familia como la unidad que porta un sentimiento de identidad no únicamente referido al cariño y a la

seguridad sino también al trabajo. Aurelio (Pionero), oriundo de Pasco, se crio con sus abuelos, pequeños comerciantes dedicados a la agricultura. Resaltó la admiración que sentía por ellos y por las experiencias que compartían, ya que toda su vida ha trabajado junto a ellos. Relató con orgullo: “Mis abuelos me inculcaron siempre hacer las cosas correctas, siempre hacer negocios que puedan beneficiar a sus clientes... ellos eran pequeños comerciantes. Tu veías que ellos hacían negocios y el hecho que uno va viendo ese tipo de negocios, y por más que sean pequeños te das cuenta... siempre en mi mente estaba dedicarme al negocio...”

Como expresan Jacinto y Aurelio, el entorno familiar en el medio rural andino significó para ellos un acercamiento al trabajo y al esfuerzo, así como a la realización de las dificultades que implica la subsistencia en ese medio. En general, de todas las entrevistas realizadas a este grupo, se constató que durante las etapas de niñez y adolescencia aprendieron lo que “cuesta” trabajar a partir de sus propias experiencias. Asimismo, se postula que en general todos los empresarios Empíricos valoran de forma positiva las enseñanzas de su entorno de socialización en lo que refiere a una ética andina del trabajo que implica la laboriosidad, el esfuerzo, el ahorro, el hábil manejo de las relaciones interpersonales, entre otros, como un estilo de vida.

Ahora, la mayoría de empresarios de este grupo fueron pioneros del conglomerado, por lo que se insertaron en este durante sus etapas de conformación (entre los años 60s y 70s) y previo a su *boom* económico, que fue una época de rápido ascenso social y consolidación de sus respectivos

emprendimientos. En esa medida, se entiende que el valor del trabajo aprendido en sus entornos familiares se trasladó a actividades y entornos urbanos, en especial en espacios como Gamarra, en donde los migrantes afirmaron y recrearon sus propias idiosincrasias y tradiciones comunitarias. En ese sentido, la “pujanza” típica de la cultura andina se trasladó a la ciudad y se expresó en el desarrollo de estrategias informales novedosas, creativas y adaptables al medio urbano.

Dario (Pionero), quien creció en Chachapoyas, relató que cuando llegó a Gamarra este era un espacio sumamente peligroso en donde existían redes de criminalidad y prostitución. Sin embargo, era un espacio que recibía a los migrantes y les ofrecía oportunidades laborales, por lo cual, luego de trabajar en el sector construcción en varias provincias, llegó a Lima y buscó a un pariente que tenía un negocio en el conglomerado. Dario relató: “Yo tuve un primo que me conocía al dueño... y empiezo ahí a vender ropa. El me preguntó si alguna vez he trabajado y le engañé que trabajaba en Amazonas en una tienda...”

Al igual que Dario, Aurelio se insertó a Gamarra a partir de la red de paisanos, que comúnmente podían ser familiares, como primos o tíos, o ser conocidos provenientes de la misma región. Contó: “Gamarra me era muy familiar porque yo tenía primos que estaban en las confecciones... entonces siempre venía a Gamarra, y trabajaba en las vacaciones, en estampados, en confecciones...”. Asimismo, Mariano inició su relación con Gamarra a partir de

una oportunidad ofrecida por un familiar en Lima, ya que aprendió habilidades que luego le permitirían insertarse a Gamarra como un pionero. Relató:

Tengo un primo hermano que confeccionaba en Mangamarca, Zarate (...) empecé limpiando pantalones, quitando las hilachas. De ahí a la esposa de mi primo le dije que quería aprender a remallar (...) yo entraba a trabajar a las 8 de la mañana hasta la 1 y de 2 a 6. Y a partir de las 7 de la noche estudiaba reparación de radio y televisión. Fui aprendiendo a remallar, a coser y de ahí al final salí como jefe de taller. Quería aprender corte, poner botones, cierre, a hacer todo eso...

A su vez, también hubo empresarios, como Jacinto, que se han insertado de manera "individual", es decir, que no contaban con un contacto familiar en Gamarra y tuvieron que generar sus propias oportunidades y trabajar como vendedores ambulantes. Jacinto recordó melancólicamente: "Empecé en la calle (...) hasta que vino la desocupación... tuve que formalizarme, poner un local (...) fue chocante, pero luego fue elevarse, y de ahí vino la competencia. Antes no había mucha competencia, había más ingresos, y ahora hay más vendedores que compradores..."

De la misma forma, Richard, a pesar de contar con una extensa red familiar de parientes puneños, decidió insertarse a Gamarra por sus propios medios. Así, relató que ingresó al conglomerado a partir del Fujishock de 1990, y comentó sobre esa época: "...no quedó otra opción que trabajar, se vendieron productos de primera necesidad, y de ahí estaba próximo a Gamarra (...) empecé a vender retazos de tela, luego compré una máquina y comencé a coser, por el 94..." Lo anterior se explica por el carácter de Gamarra, que siempre ha sido percibido como un espacio de oportunidades para el migrante emergente así como un punto de encuentro entre los mismos. En esa medida,

el factor étnico se constituyó como base de una identidad compartida del migrante emprendedor.

3.1.2. El conocimiento se adquiere “en la cancha”

La emergencia de Gamarra en un contexto de informalidad requirió de la generación de vínculos de confianza, debido a que no existían contratos que aseguraran las transacciones económicas. Dario, al referirse a dichas actitudes, comentó: “...un empresario debe saber que hacer, saber en qué está metido y lograrlo, y para eso tenemos que ser honrados y puntuales.” Lo anterior se entiende por la centralidad de la confianza como base de las relaciones económicas, que se dio a causa de la ausencia del gobierno local o central, y que devino en la generación de redes informales fuertes para las transacciones empresariales fructíferas. Así, la confianza se expresó en el cumplimiento estricto de los contratos, relacionado a la honradez y la puntualidad en las transacciones.

Del mismo modo, la perseverancia y la constancia al trabajar se perciben en relación a las ambiciones empresariales, que los entrevistados refieren a la constitución de la propia empresa. Relató Aurelio que cuando se decidió retirar de su trabajo en una empresa de venta de maquinarias, su jefe cuestionó su decisión alegando que contaba con un sueldo elevado y estable, considerando además que comúnmente ganaba los premios y bonificaciones en reconocimiento por su trabajo. Aurelio contó orgulloso que luego de aprender

todo lo necesario, decidió empezar su propio negocio en la misma rama de ventas de maquinaria para la que había trabajado por años.

Ahora, se atendió la emergencia del “emprededurismo” en relación a la “pujanza” de la cultura andina adaptada a la ciudad, que refiere a la fuerza de los migrantes para insertarse en la ciudad a pesar de las dificultades que presentó migrar a una ciudad polarizada y desigual. Esa fuerza se expresó en la generación de sus propios medios de vida, es decir, el “autoempleo”. Según los testimonios de los empresarios, es en el contexto de la economía informal y el autoempleo que el migrante acumula experiencia y aprende en el trabajo.

En ese sentido, refiere al carácter práctico de su aprendizaje en contraposición a un aprendizaje más teórico o académico al que no tuvieron acceso en el contexto de pobreza en el proceso de migración. Por ello, el conocimiento se lograba adquirir “en la cancha”, referida a las experiencias concretas del trabajo. Así, sobre sus trayectorias de trabajo en Gamarra, resaltaron Orlando y Dario, respectivamente: “Mi mismo papa, y yo, como no ejercí una profesión, solo fue más práctico... me dedique a vender tela y poco a poco iba ganando un poco más. Teníamos tiendas en donde vendíamos tela al por mayor... era comerciante, todo era comprar y vender. En esa época había buenos márgenes, tranquilidad, eso hacía que tu avances más...”

Yo trabajo ya 51 años en gamarra, yo he comenzado como empleado y conozco, tengo una referencia total y nosotros hemos logrado erradicar la prostitución, la delincuencia y todo al principio de nuestros tiempos... y hemos hecho todo sin ninguna apoyo del gobierno central ni local. Por eso nosotros somos un testimonio vivo, y un ejemplo para la juventud y por eso queremos lograr el éxito y que la juventud también vea y comience a lograr una ciudad mejor, más bonita...

Ahora, esta practicidad en el aprendizaje y el trabajo se expresó en el nombre de “empíricos”, que alude a una forma en la que los empresarios de este grupo se han auto-referido, para resaltar su emergencia desde una cultura “baja” en la que uno “empieza desde abajo”, sin ninguna habilidad o conocimiento para trabajar en la ciudad. Bajo esta lógica, la fuerza y el empeño permiten al trabajador “empírico” aprender a partir de su experiencia la dinámica de un trabajo particular, de modo que se consiga con el tiempo acceder a mejores posiciones o ascensos. Así, señaló Dario: “...es interesante porque uno trabaja primero empíricamente, en el camino te vas formalizando, porque el empresario es un reto que tú haces en tu vida, un empresario es el hombre que va a crear impuesto para tu país, trabajo para tu país. Eso somos nosotros, somos un ejemplo, un testimonio de que venimos de una cultura baja, sin universidad, sin academia, sin nada....”

Como refirió Dario en la cita anterior, este emprendedurismo se relaciona a la misma lógica del autoempleo, considerada la mejor opción para subsistir en la ciudad y un “reto que tú haces en tu vida”. En esa medida, el autoempleo se percibe como la opción lógica luego de adquirir conocimientos de manera “empírica” trabajando. Es decir, luego de trabajar empíricamente y aprender a ejercer un oficio u ocupación, el emprendedor se independiza e inicia su propio negocio, y tal como dice Dario “en el camino te vas formalizando”. Bajo la misma lógica, expresó Marcelo: “A veces te vuelves empresario por la necesidad misma. La necesidad te obliga. Si vas a ser trabajador de tu empleador...vas a seguir en lo mismo, claro de repente va a

aumentar el sueldo y esas cosas, pero lo propio es lo propio. Te sacrificas por ti y por tu familia.”

Al igual que Dario, Mariano se inclinó por el emprendimiento, por la propia generación del empleo. Así expresó: “lo propio es lo propio”, con lo que implicó que el sacrificio en el trabajo debe ser por el beneficio de uno mismo y de su familia, no para el del empleador. A este respecto, también explicó dicha lógica de trabajo relacionada a una característica del provinciano que “anhela ser más que sus paisanos”, lo cual hace que uno se sacrifique con mayor intensidad. Lo anterior sugiere la existencia de un sentido de competencia entre paisanos, presente en la cultura andina.

A su vez, Jacinto justificó esta lógica emprendedora al resaltar la ineficiencia del Estado. Señaló que no se puede esperar o pedir su apoyo, y que cada uno tiene que conseguir los medios para prepararse e independizarse: “Si estamos pidiendo Beca 18, Pensión 65⁵², etc. solo están estirando la mano... eso es pobreza para el país...”. En ese sentido, Jacinto consideró que los apoyos de programas promovidos por el Estado como los mencionados son insuficientes, y que “cada uno tiene que prepararse...” y desempeñarse en un oficio “sin temor a enfrentar las dificultades”. Así, expresó la centralidad de la familia en la constitución de valores y principios de vida, que considera conocimientos esenciales para trabajar: “El progreso del país está en el hogar, no está en la nación...” Es así que se expresó el emprendedurismo para los

⁵² Ambos son programas del Estado Peruano. Beca 18 ofrece becas de estudios superiores o técnicos a los jóvenes de bajos recursos económicos (MINDEF) y Pensión 65 entrega una subvención económica a adultos mayores mayores de 65 años que viven en pobreza extrema (MIDIS).

empresarios, en la misma disposición al aprendizaje y al trabajo desde los medios y estrategias propios, respaldados en la unidad familiar así como en una identidad compartida en el espacio de Gamarra. Ambos parecieron ser vínculos y redes suficientemente fuertes como para prescindir del apoyo estatal, lo cual ha sido básico para la generación de trabajo informal.

Ahora, este tipo particular de emprendedurismo, al desarrollarse en el contexto limeño, parece derivarse de una mentalidad capitalista moderna popular, que señala la capacidad de adaptación y sincretismo de la cultura andina. En esa medida, sus patrones culturales se encuentran articulados a la dinámica del cambio. Al mezclarse con una orientación moderna, el valor de la disciplina y la reputación social que da el crecimiento de los negocios, así como la lógica del ahorro y el ascetismo, se ven redireccionados al objetivo de desarrollar la empresa. A su vez, esta mentalidad implicó un espíritu competitivo y de esfuerzo constante para mantener el crecimiento de los negocios. Comentó Jacinto: “Tengo que ver la competencia (...) si todos están importando y se están matando por el mismo precio... porque comprar y vender es fácil, pero innovar es distinto, y nadie se arriesga. Yo saco un dibujo, yo arriesgo...si a mí me parece hermoso... si a ti no te gusta menos le va a gustar al cliente. Uno abre el campo. Que es lo que está gustando... y el mismo cliente pide. Y eso es más lo que uno va percibiendo.”

Dichas actitudes se han visto representadas por empresarios que han conseguido un notable ascenso socio-económico a partir del desarrollo de sus emprendimientos, y que se han convertido en modelos de referencia en el

conglomerado. Un ejemplo de esto es la figura de Dario, uno de los entrevistados, conocido por su dedicación al negocio y su involucramiento dirigencial en Gamarra, que según Mariano se relaciona a su carácter de pionero: "...él quiere Gamarra por lo que ha sido para él, por lo que saca cara." Es a partir de su interacción constante con los medios de comunicación y con los poderes locales que se convirtió en un personaje conocido y representante de la pujanza y el éxito del migrante. Así, Mariano expresó: "Acá en Gamarra ves muchos empresarios y uno quiere de repente seguir ese mismo camino, seguir la pisada que te dejan. De Dario aprendí que es provinciano, pucha, que el hombre esta adelante. Le ponen una piedra y encima pasa el. Ese ejemplo lo seguimos acá todos, como provinciano y empresario."

Además, la emergencia de una mentalidad capitalista moderna popular parece relacionarse a la búsqueda del éxito y la superación personal, lo cual se evidencia principalmente en el ascenso socio-económico y en el crecimiento del negocio. Otro modelo de referencia conocido es el señor Guizado (conocido por el éxito de "Galerías Guizado"), un empresario para el que Dario trabajó por varios años y que se convirtió en su inspiración. Sobre ello, relató: "Mi inspiración era seguir a alguien, que era mi ejemplo para yo lograr el mismo camino de ese señor...ya no vivir en barriadas sino vivir en La Molina, San Borja... tener una casa en el campo, en la playa. Tus sueños tienes que lograrlos..."

En la emergencia del discurso emprendedor surgieron modelos como Guizado o Dario, que representaron la posibilidad del éxito para el migrante

andino en la ciudad. Por ello incluso aparecieron libros como “La historia de María”, que relatan la historia de éxito de una mujer migrante que inició como vendedora ambulante de comida y que luego logró abrir su propio restaurante. Dichas trayectorias han sido estudiadas por Hernando Guerra-García (La Republica 2009) y constituyen en muchos sentidos una opción atractiva para gran parte de la población.

Asimismo, los modelos del empresario “moderno” han sido descritos en una gran variedad de material bibliográfico, como “Padre rico, padre pobre” de Robert Kiyosaki o “El Arte de la Guerra” de SunTzu. Aurelio relató que llegó a su rama de venta de maquinarias por azares de la vida, y que en realidad la conformación de lo que llamó su “filosofía de vida” se dio en gran parte por la influencia de las ideas de empresarios exitosos plasmados en libros. Según Aurelio, fueron este tipo de libros los que cambiaron su forma de ver la vida, pues proponían una serie de principios y valores para imponerse metas y guiar decisiones importantes. A su vez, este tipo de libros parecen plantear una visión sobre las distintas etapas por las que debe pasar el empresario, en donde resulta clave trabajar una cantidad de años suficientes como para “conocer los 360 grados del negocio” para luego independizarse y utilizar ese conocimiento acumulado. A este respecto, señaló: “...uno busca estudiar algo para tener un empleo seguro, pero conociendo la realidad entendí que hay dos mundos: uno en el que trabajas para una persona y otro en el que puedes emprender algo, puedes generar tus propios ingresos. Me gusto más la idea de apostar por un negocio.”

3.2. Las trayectorias de los empresarios Jóvenes

3.2.1. La ética emprendedora del trabajo

Todas las familias de los empresarios jóvenes provienen de ciudades de la costa o la sierra, de las que migraron hacia Lima en búsqueda de oportunidades laborales. En ese sentido, se encontró en todos los casos la influencia de una ética de emprendedurismo, lo cual implicó su participación en la economía familiar desde tempranas edades, similar a como fue experimentado por los empresarios "Empíricos" en sus regiones de origen. Pancho (Segunda Generación) es el penúltimo de una numerosa familia que se asentó en Gamarra, con un negocio de venta de prendas femeninas, por lo cual pasó gran parte de su infancia entre talleres y tiendas, donde vio a sus padres trabajar y colaborar. Al preguntarle por lo que considera que aprendió de sus padres, relató: "...a lanzarme nomás, sin miedo, hacer las cosas así, si yo pongo de mi parte va a salir bien pues ¿no? pero de hecho si sale mal, al menos trate de hacerlo".

A su vez, recordó su primer trabajo como un acto de independencia a los 14 años, que consistió en comprar carros de segunda mano para arreglarlos y luego venderlos. Cabe resaltar que esa oportunidad surgió gracias a un contacto que estableció en el conglomerado y que le permitió entrar extraoficialmente a lotes de Pacífico y de Rímac a revisar los motores con anticipación para saber de antemano qué carro le convenía comprar para invertir. Explicó con nostalgia que se sintió feliz de conseguir esa oportunidad

laboral por sus propios medios, y reiteró que siguió las recomendaciones de sus padres, que lo impulsaron a “lanzarse” sin miedo y correr riesgos.

Al igual que Pancho, Ricardo (Segundo Generación) pasó gran parte de su vida temprana en Gamarra, ya que participaba activamente del negocio familiar, que consistía en la producción y venta de polos simples. Así comentó de sus padres: "...uno viendo en la práctica como ellos trabajaban, como hacían, como dirigían o que técnicas usaban y uno va mejorando ¿no? con el transcurso de tiempo y cada uno con su estilo."

Relató que su primera experiencia de trabajo fue durante la etapa escolar, ya que producía polos en Gamarra y los vendía a sus compañeros. Luego, a los 17 años comenzó a trabajar en la tienda de sus padres, con un sueldo y con responsabilidades establecidas. Recordó que durante ese tiempo, su padre le repetía que si trabajaba duro y desarrollaba una imagen carismática de honestidad y puntualidad, llegaría a ser su propio jefe.

En esa medida, se encontró la misma ética y valoración por el trabajo en los empresarios que nacieron en Lima, como Orlando (Segunda Generación), pero que se socializaron en Gamarra, por ser un espacio de atracción para los migrantes. Sus padres, ambos de Arequipa, migraron a Lima jóvenes y se asentaron en Gamarra. Relató: “Mi papa vendía camisas... fabricaban un poco y vendían... así se iniciaron ellos, mi papá y mi mamá, fueron un matrimonio joven en su época, pero empezaron de cero, de nada (...) A los 14, 15 años me puse a ayudarlos... termine de estudiar y no ingrese a la universidad, me dedique más a trabajar con ellos... más con mi papa, yo soy el hijo mayor.”

La existencia de vínculos familiares permitió una mayor eficiencia en las primeras fases de la formación empresarial, principalmente debido al abaratamiento de costos, que implicó la participación de todos los miembros de la unidad familiar. Así, Orlando recuerda su infancia y adolescencia trabajando junto a sus hermanos y a su padre en el conglomerado: “Siempre teníamos indicación con el... nosotros siempre hemos dicho que somos como un equipo, ¿no cierto?, y el equipo cuando camina bien, caminan bien las cosas.”

También, Sara (Segunda Generación) pasó su infancia y adolescencia en el conglomerado, ya que su madre tenía un negocio de costura y bordado. Comentó “...aprendí a tejer en mi casa como jugando... o ayudando a los trabajadores”. Por tanto, cuando decidió empezar a trabajar a los 15 años, buscó insertarse en la rama de la costura, pues tanto su madre como su abuela le habían enseñado a coser y bordar en el entorno familiar.

Relató con orgullo y nostalgia las dificultades por las que tuvo que pasar su madre, que migró a Lima desde La Libertad a los 14 años para trabajar como secretaria de una empresa de construcción. Sin embargo, posteriormente su madre decidiría emprender algo propio, ya que la tía abuela con la que había convivido en Lima por tantos años le había enseñado a coser. Entonces, trabajando logró comprarse una máquina de coser y comenzó a confeccionar y vender vestidos. Fue así como su madre se insertó a Gamarra en los años 80 y logró establecer una microempresa textil y ofrecer un nivel de vida cómodo a sus cuatro hijos, quienes nacieron y crecieron en Lima.

Sara resaltó que de su madre aprendió no solo a conformar una empresa, sino el valor del trabajo. Repitió sus palabras “todo lo que uno quiera conseguir en la vida se hace trabajando...”. Y narró cómo todos los días, meses y años de su infancia y adolescencia la vio trabajando duramente, y declaró orgullosa “Yo solo se vivir así, no se vivir de otra manera”, con lo cual implicó que al igual que su madre, encontró en el trabajo un camino para la libertad y la realización personal.

Al hablar sobre los valores adquiridos en el entorno de la informalidad durante su juventud en Gamarra, expresó Orlando: “Lo que yo rescato de mis padres es que ellos me empujaron a crecer empresarialmente... ambos... y siempre fue una cosa transparente, con valores y honestidad, es por eso que esta empresa se vino de menos a más, poco a poco...”

En las trayectorias presentadas por Pancho, Ricardo, Sara y Orlando, se apreció la influencia de la ética de trabajo emprendedora, ya que han crecido en un entorno familiar de trabajo y a su vez en un entorno laboral como Gamarra, que les ofreció oportunidades para emprender sus propios caminos. Si bien tanto Pancho como Ricardo contaban con una condición económica estable, no finalizaron sus estudios universitarios. Transitaron entre distintas carreras como administración y marketing, pero finalmente decidieron iniciar sus propias empresas.

Por otro lado, la trayectoria de Sara tuvo un evento amargo que definió sus decisiones posteriores, y que sucedió cuando terminó sus estudios secundarios y se proyectaba a conseguir una beca para la universidad.

Termino la escuela con el primer puesto, y de acuerdo con lo estipulado, eso significaba que había ganado la beca. Así, con molestia al recordar, contó:

“...el director del colegio se la dio a la que tuvo el segundo lugar. Nunca supe porque, hice todo mi lio, me fui al Ministerio de Educación, pero me dijeron que no se podía hacer nada porque estaba adquirida, y que a ella le correspondía. Yo me vi en este mundo y dije ¿qué me he hecho?...entonces esto no sirve. Te juro que en ese momento el sistema de un país me dio en la cara, me di la cara contra el sistema completo de un país en el cual yo no podía hacer nada. Es un sistema que reina en este país donde no importa lo bueno que eres ni lo honesto que eres, así es. Entonces no estudio...”

Recordó el sufrimiento de su madre ante su decisión de no estudiar. Sin embargo, también narró cómo esa frustración tan grande fue el impulso que cambiaría su vida. En sus palabras: “ese fue mi punto de partida”. Hizo tres carreras técnicas en el SENATI, lo cual le permitió transitar por distintas áreas en la rama de la costura y la confección. Posteriormente, luego de armar una empresa con un colega en Colombia, volvió a Gamarra a formar su propia empresa. Señaló que: “Cuando regreso ya había aprendido, y me di cuenta que Gamarra era lo que necesitaba... volví a mis raíces, volví a lo que era yo.”

Cabe resaltar que, si bien todas las familias de los empresarios jóvenes entrevistados son migrantes, no todos se insertaron laboralmente a Gamarra. Los empresarios del subgrupo Nueva Generación han transitado por diversos tipos de trabajo, para luego decidir insertarse al conglomerado, aproximadamente hace dos o tres años. Más adelante, al relatar sus estrategias, se entenderá este punto, pues se describirá el entorno laboral en el que están insertos en el apartado de sus estrategias.

En el caso de Hellen (Nueva Generación), nacida en Lima, su padre abrió un restaurante y su madre inició una asociación que canaliza proyectos

de salud. Ambos padres provienen de Piura y migraron a Lima jóvenes. Hellen estudió administración en la USIL por un corto periodo, pero terminó por decidir iniciar su vida laboral aún joven. Se mostró con pesar al relatar cómo fue su experiencia de trabajo en la aerolínea chilena LAN durante tres años, después de lo cual se enfermó a causa del estrés. Contó que los horarios de trabajo eran sumamente demandantes e incluso inestables, pues variaban de acuerdo a la fechas.

Posteriormente, al renunciar a su trabajo, un colega le comentó que había conformado una empresa de ropa en Gamarra hace dos años y que todo iba en constante ascenso. Fue así que decidió insertarse al conglomerado y ser empresaria. Ya sabía coser y había heredado una maquina antigua, ya que su abuela había sido costurera. Comentó que le resultó atractiva la idea de manejar sus propios tiempos y que siempre le habían gustado los negocios por su entorno familiar, por lo que entendía la lógica detrás. Consistía en mucho trabajo, pero para el beneficio personal y decisión sobre sus horarios.

Asimismo, el padre de Carla (Nueva Generación), oriunda de Chiclayo, migró a Lima y terminó la carrera de medicina en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Al hablar de la historia de su padre, se mostró alegre y relató: "...siempre me enseñó que nada es imposible y que la edad nunca es un impedimento, todo depende de las ganas que le pongas (...) Se lo cuenta a todo el mundo, dice que cuando fallezca se escribirá toda su historia, porque de chiquito no tenía zapatos, y ahora es un hombre que no le falta de nada (...) a mí me ha dado de lo mejor y a mi mamá también..."

Más adelante, poco después de referirse a su padre como un modelo de referencia central en su vida, al preguntarle por sus primeros trabajos, comentó que fue promotora de eventos y que incluso dirigió el área de producción de una empresa. Sin embargo, relató que no pudo mantenerse en ese entorno laboral. Contó: “No quería un jefe, pararía discrepando. Con la justas acepto... de chiquita fui muy rebelde, si iba a estar bajo una empresa (...) muy estructurada, hora de entrada, de salida (...) yo quiero andar patas para arriba en mi casa, quiero hacer una empresa...”

También, Dayann (Nueva Generación), nacida en Lima, y con padres provenientes de La Libertad, relató que sus padres han “salido de abajo” y que han sido “emprendedores toda su vida”. Su familia tenía un restaurante marino en Magdalena, y con ese negocio se mantuvieron económicamente estables durante varios años. Relató que desde los 16 años ha buscado trabajo, primero en la empresa Winter como anfitriona, luego como mesera en Pizza Hut, y también en la empresa Química Suiza. Si bien posteriormente se decidiría por emprender su propio negocio, relató sobre sus experiencias: “Pase por todo, me sirvió. Ser mesera enseña a tener contacto directo con el cliente, paciencia. También limpiaba baños, lavaba platos. Son cosas buenas. Me ha hecho más humilde, el pisar tierra, dar el servicio de echo sirve. Yo rescataba eso.”

Admitió que fue el entorno familiar lo que la inspiró a emprender su negocio en Gamarra, ya que siempre valoraba la independencia y la libertad de manejar los recursos de dinero y tiempo como prefiriera. Sin embargo, también relató que su madre no siempre estuvo de acuerdo con sus decisiones, ya que

esperaba que ella terminara una carrera y fuera una joven profesional. Comentó: “Al principio mi mamá no quería que trabajara porque era muy joven, querían que estudiara. Pero me ha gustado siempre tener mi plata, no pedir. Eso siempre lo he tenido desde muy joven. Era salir a buscar algo para trabajar. Me aburría, me desesperaba (...) el no tener plata me desespera.”

Bajo la misma lógica, Christian (Nueva Generación), limeño y con padres de Paramonga, relató que “le picó el bicho del dinero” mientras estudiaba ingeniería forestal en la Universidad Agraria. Si bien se encontraba ya en octavo ciclo de la carrera, decidió comenzar a trabajar también. Trabajó para la empresa de telefonía móvil Claro durante siete años antes de decidir insertarse en Gamarra. Al recordarlo, relató: “Ser independiente es algo que le deseo a todo el mundo. Sacarte la mugre por algo que te gusta y que es tuyo, que sientes que te hace crecer como persona, que tengas trabajadores que dependan de ti, que los puedas tratar directamente y no pedir permiso al jefe para hacer algo (...) Tomar decisiones así. El tiempo es algo que valoramos bastante, me permite viajar, hacer otras cosas. Pensar en cómo mejorar la empresa y tomar acciones yo mismo.”

Así, los empresarios jóvenes, al provenir de familias de migrantes, se vieron influenciados por un entorno familiar que impulsó una ética de trabajo andina en un contexto de informalidad. Asimismo, adoptaron una ética emprendedora a través del ejemplo de las trayectorias de sus padres, que tuvieron que trabajar arduamente durante la transición y asentamiento en Lima. En esa medida, todos mencionaron haber participado de la economía familiar,

similar a como fue experimentado por los empresarios empíricos en sus regiones de origen. La particularidad en este caso parece referirse a la consolidación de la lógica emprendedora en un entorno urbano de clase media, lo cual significó una vida con relativa estabilidad, con seguridad y educación escolar y en casi todos los casos educación universitaria, aunque incompleta. Asimismo, sus expectativas de vida bajo la lógica emprendedora se relacionaron al deseo de independencia, la libertad y la capacidad económica de consumo, que se entienden como una herencia de su entorno familiar. A este respecto, relató Sara:

Yo creo que salió como natural, mi propia necesidad de ser independiente, necesidad de libertad que uno tiene debido a la crianza. Yo he trabajado bastantes años para empresas textiles, he sido dependiente bastante tiempo y ser independiente es una satisfacción de libertad que uno tiene. De forma personal. Para mi es importante la independencia (...) es el precio de mi libertad (...) a veces es un precio alto, siendo mujer. Tienes que sacrificar muchas cosas... relaciones personales, amicales, familia, y muchas cosas más.

Cabe resaltar que la entrada a Gamarra fue directa en el caso de la Segunda Generación al contar con redes establecidas por el entorno familiar, mientras que en el caso de la Nueva Generación, la decisión de ingresar al conglomerado estuvo motivada por la frustración que implicaban los trabajos administrativos y de servicios en empresas de distinto tipo, tanto por la rigidez de los horarios como por los sueldos, que parecen ser insuficientes para la cantidad de tiempo a dedicar.

Finalmente, se entiende que los empresarios de este grupo contaron con una mentalidad capitalista moderna, que implica una actitud emprendedora, competitiva y abierta al cambio. A su vez, se deja entrever un discurso en

donde se integra el deseo de independencia o autosuficiencia, el optimismo y la agresividad empresarial. A su vez, este tipo de mentalidad alcanzó un nivel de modernización técnica superior que a la mentalidad de los empresarios pioneros, ya que los jóvenes contaron con una cultura empresarial moderna, que comprende niveles de organización funcional como la formalización, las relaciones laborales, el marketing, entre otros. Asimismo, estos empresarios contaron con un mayor manejo de recursos tecnológicos y una visión cosmopolita, por lo cual se proyectaron a mercados externos.

3.2.2. Nociones y recursos del mercado global: “siempre innovándose, renovándose...”

Los empresarios jóvenes expresaron que un capital que consideraron central es la habilidad social para el trato con los clientes de forma efectiva, de modo que se logre fidelizarlos a la marca o al producto. En esa medida, se evidenció en los empresarios el modelo neoliberal, ya que se impone un monopolio de la razón en la relación amo-cliente. Es decir, se estableció la hegemonía del cliente como un imperativo para ser empresarios. Así, se consideró necesario desarrollar habilidades sociales y carisma. Mayra, al hablar de las habilidades aprendidas en su experiencia como empresaria, resaltó que ella ha mantenido desde el inicio una relación directa y horizontal con sus clientes, lo cual los ha fidelizado. Relató: "...si no lo hago yo que es mi marca, sino trato de venderle a usted la ropa, por qué la hice así o por qué tiene este detalle (...) tan simple como si te estiliza o no te estiliza, con que

combinar (...) es un beneficio para mi creo yo el conocer tanto mi ropa, lo que yo vendo y todo lo que le puedo ofrecer al cliente también, o sea hago que se la crea..."

En la misma línea, Ricardo, al hablar de su relación con los clientes, usó una metáfora romántica, que recordó con buen humor: "...es que el trabajo es como enamorar a una mujer, si yo quiero vender algo tengo que enamorarte porque de repente no te gusta, de repente no estás de acuerdo, es el poder de convencimiento de cada uno..."

Christian, cuando habló sobre su aprendizaje al trabajar para la empresa Claro, resaltó: "(...) de parte de jefes, a tomarle atención a los clientes. Me enseñaron a valorar mucho a los clientes, a diferenciarlos y a fidelizarlos, a darles un plus. Yo lo tengo presente en el negocio que tengo actualmente. Eso lo aprendí de ellos..." Señaló que aprender a tratar con clientes y entender sus necesidades fue central para la constitución de su empresa.

A su vez, los empresarios jóvenes también consideraron como capitales esenciales el uso de recursos tecnológicos y virtuales, lo cual facilitó la obtención de información y modelos de referencia sobre diseños de moda, así como nociones de administración, lo cual permitió mantener la organización de los recursos, de los gastos y de la inversión. Estas habilidades han sido aprendidas por los empresarios en sus entornos familiares, la universidad o en sus experiencias de trabajo en empresas. A este respecto, comentó Pancho: "Yo creo que necesitas nociones, habilidad sí, pero necesitas nociones, o sea, sino sabes sacar costos, impuestos, esas cosas o tener bien ordenada tus

cosas, necesitas herramientas, o sea, si uno no tiene educación creo que no va a saber usar bien Excel, o el almacenamiento de las cosas, yo tengo todo apuntado en mi Excel, todo lo que sale, lo que entra...”

Por otro lado, Ricardo se identificó con un carácter empírico a pesar de que ha podido aprender otras habilidades durante su trayectoria laboral. Así, resaltó: “...yo también soy empírico, pero tengo un poco más de educación, hago más cosas, me preparo ¿no? o veo, lo bueno mío es que veo, capto al toque viendo así, no sé, para mí una semana que chambeo en una empresa grande veo como hacen y ya...” A su vez, en el contexto limeño, se valora la rapidez y el riesgo como una ventaja para conseguir oportunidades, lo que comúnmente es parte de la “criollada”, como moral pragmática e individualista. Así, Pancho declaró: “(...) ahí tienes que ser bien criollo y a veces si quieres más, bien, como que mañoso, que no te importa mucho jugar, con el tema de billete con la gente.”

En las experiencias descritas por Pancho se dejó entrever la normalidad de ofrecer coimas a los que se encargan de aprobar los envíos en las aduanas. Sin embargo, resaltó que hay que saber manejar esa estrategia.

Otro de los capitales valorados por este grupo de empresarios jóvenes refirió al conocimiento sobre diseño de modas, tendencias y, en general, nociones estéticas contemporáneas del mercado global. En esa línea, también se consideró un capital importante contar con habilidades y nociones de costura, lo cual permitió un mejor manejo de los insumos, así como de los procesos de confección. Ambos capitales, de la mano, otorgaron una gran

ventaja entre este grupo de empresarios insertados en Gamarra. Así, Carla, al referirse a los capitales necesarios para el éxito en su rama, relató:

(...) debe estar siempre innovándose, renovándose... en el caso de la moda sí, hablo por mi rubro, acá se tiene que estar al tanto de la tendencia, la moda el estilo tiene que ser alguien actualizada (...) hay que estar muy empapado con las tendencias... que está a la moda, que es lo que se viene... Es relativo, aquí en Gamarra no siempre la tendencia es lo que se vende. Con los años entendí que las chicas de Gamarra son un poco impredecibles, puedes sacar unos modelos que pueden no gustarles...hay que estar a la tendencia. Ver mucho el acabado y la calidad, siempre tratar de mejorar, son cositas que te van a diferenciar...

Al hacerle la misma pregunta a Ricardo, este comentó: "...conociendo a los clientes, trayendo productos que salen, seguir creciendo, tener buen precio, tener mucho carisma, respetar a tus clientes, tener preferencia a ellos o que ellos piensen eso y (...) Traer moda, ahí si actualizarlo..."

3.3. Estrategias ante la crisis

3.3.1. Privatización vs. Reivindicación

Existieron dos estrategias principales que desplegaron los empresarios entrevistados: la privatización y la reivindicación. Ambas estrategias fueron desarrolladas con el propósito de superar la crisis de ventas que atraviesa actualmente el conglomerado en el escenario neoliberal. Se consideró de vital importancia la construcción de servicios y espacios públicos pensados en el cliente-consumidor, lo cual implicó una reorganización del espacio comercial en términos de orden, limpieza y seguridad. Por otro lado, se buscó una actualización de las prendas producidas en términos de moda y tendencia, lo

cual implicó la creación de productos cada vez más especializados y similares en diseño a las marcas transnacionales.

Sin embargo, ambas estrategias se diferenciaron principalmente en la visión futura de Gamarra, que osciló entre mantener su carácter de aglomeración económica o convertirse en un espacio privatizado. Cabe resaltar que la organización del espacio conllevó cambios en el encadenamiento productivo, por lo cual la visión futura de Gamarra también alterará el funcionamiento de los talleres de confección, así como de los comerciantes de insumos y productos textiles.

De manera general, la estrategia de la privatización refirió a la apuesta de los «Nuevos Pioneros», por la construcción de galerías *mall*, que se han diseñado como espacios dedicados exclusivamente al cliente-consumidor. Estas galerías, además de estar diseñadas estéticamente a manera de un *mall*, cuentan con una administración más controlada y que incluye asistencia personalizada en temas de publicidad y promoción para los que alquilan espacios de venta en su interior. Cuentan con tiendas estilo *boutique*, marcas con diseños modernos y buen acabado, así como un ambiente pensado para satisfacer los sentidos del cliente: música, ambientadores perfumados y elementos visuales. A su vez, estas galerías se mantienen desintegradas de su entorno inmediato, ya que cuentan con vigilantes en el exterior que impiden la aglomeración de jaladores o ambulantes. Del mismo modo, en el interior hay un mayor control de parte de los vigilantes, lo cual permite únicamente la actividad de la compra-venta. En estas nuevas galerías se han insertado recientemente

los empresarios de la «Nueva Generación» que han podido ingresar con un concepto de marca que requiere condiciones estéticas globalizadas, así como una administración precisa. A su vez, estos empresarios despliegan actualmente estrategias innovadoras que des-localizan el comercio a través de redes sociales y servicios de courier, lo cual implicó que una gran parte de sus ventas también se dan fuera de Gamarra.

Por otro lado, la estrategia de la reivindicación se expresó en la apuesta de los «Pioneros», que buscaron obtener la gerencia de todo el espacio comercial de Gamarra, de modo que se pueda recuperar su valor como aglomeración económica, es decir, su carácter de centro industrial y comercial en un conjunto integrado de calles. En suma, la reivindicación buscó recuperar el Gamarra de antes pero formalizado, es decir, con las calles ordenadas, limpias, con planes de contingencia ante desastres así como espacios públicos para que la gente pueda descansar y pasear entre compras, pero que mantenga su morfología original de aglomeración. En esa medida, los «Pioneros» han conformado asociaciones de empresarios, con el fin de conseguir un espacio en el gobierno local, así como generar alianza con universidades y jóvenes profesionales para proponer una reestructuración integral del espacio y conseguir administrarse independientemente de la Municipalidad de La Victoria. Asimismo, los empresarios de la «Segunda Generación» se encuentran envueltos en asociaciones de ese tipo, principalmente por redes familiares, y sus estrategias se centran en la innovación comercial, tanto en el ámbito de la producción como en la venta,

pero que se enmarca en la recuperación del valor de aglomeración económica de Gamarra.

Es necesario aclarar que la importancia de los empresarios Empíricos radica en su capacidad para generar cambios en la morfología de Gamarra, ya que estos se encuentran insertos en la rama inmobiliaria, así como en la dirigencial. En esa medida, este grupo de empresarios cuentan con la capacidad de definir cuál será el futuro del espacio físico del conglomerado, a diferencia de los empresarios jóvenes, quienes se han insertado recientemente y dependen de la administración de las galerías, así como de las condiciones del espacio urbano para comerciar.

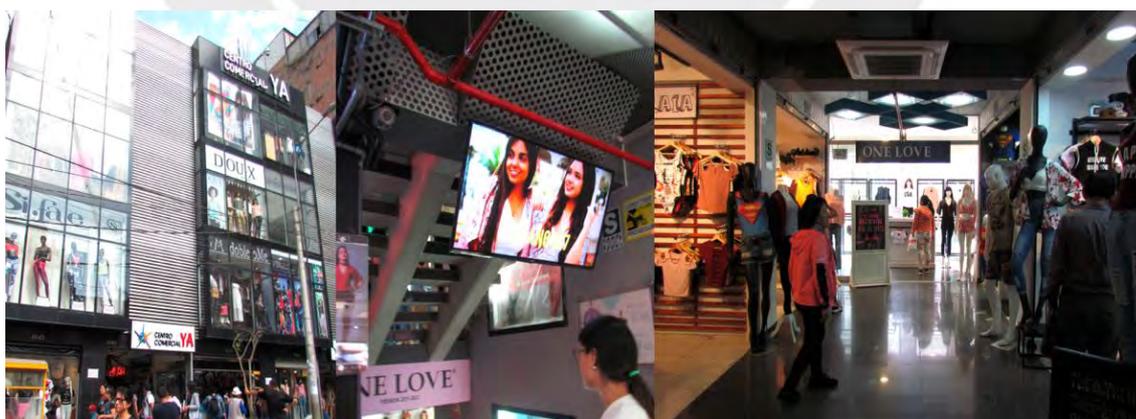
Es por ello que la descripción de las estrategias de los empresarios jóvenes se derivará de la de los empresarios empíricos. Sin embargo, ello no reduce la importancia de la actividad comercial de los jóvenes, quienes actualmente han dinamizado la producción y las ventas a través de sus estrategias. En esa medida, se entiende que existe una relación de mutua dependencia entre ambos grupos de empresarios, ya que se encuentran insertos en el mismo sistema comercial, por lo cual sus estrategias se encuentran articuladas. Se ha elaborado un cuadro en donde se muestra el cruce de estrategias y subgrupos de empresarios, para una mayor comprensión del lector (ver Anexo 1).

3.3.2. Privatización: “Cambiarle la cara” a Gamarra

3.3.2.1. Los Nuevos Pioneros

Entre los Nuevos Pioneros, la estrategia de la privatización resultó atractiva, ya que permite la segregación legal del espacio, mientras ofrece un entorno seguro y pensado como imagen del mundo globalizado. Así, los empresarios pioneros de la rama inmobiliaria comenzaron a construir nuevas galerías como “Damero”, “Ya” y “La Trece”, las cuales cuentan con una administración estricta, elevados precios de alquiler (USD 550 el metro cuadrado) y vigilantes en el exterior e interior, quienes impiden el ingreso de jaladores o ambulantes y limitan las actividades a la compra-venta. Para insertarse ahí, se tiene como requisitos contar con un concepto de marca, productos especializados de moda actual, y una decoración estilo *boutique* (La Republica 2016) (ver Ilustración 7).

Ilustración 7. Vistas a galerías del Jirón Gamarra (entre las cuadras 7-13).



Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2017).

En esa línea surgió el proyecto “GAMA”, el primer *mall* de Gamarra (Trome 2017) que buscó “cambiarle la cara” al conglomerado y ofreció un entorno seguro y que concentra múltiples establecimientos, de orígenes locales y transnacionales, así como espacios de entretenimiento y encuentro. Augusto, líder del proyecto, consideró necesario transformar el conglomerado, y resaltó: “Yo lo que quiero es que el cliente que viene a comprar tenga las comodidades, la seguridad, limpieza, que haya un orden... para que las personas que vienen a comprar estén contentos y cómodos, esa es la idea que yo tengo (...) Hay muchas galerías que no tienen el acondicionamiento necesario... que en su momento debieron haber hecho; pero como Gamarra empezó así, bruscamente, no hubo ese tiempo para hacerlo...”

Ilustración 8. Vista promocional de GAMA.



Fuente: Gremio de Indumentaria Demoda Perú (2018).

Augusto, al igual que los empresarios de su asociación, consideró que el contexto informal de la conformación de Gamarra devino en un crecimiento desordenado e “ineficiente” para el contexto actual. Al mencionar la falta de “acondicionamiento necesario” refirió a la rápida construcción de grandes edificios en Gamarra en su época de bonanza, que en su diseño no implementaron ascensores ni estacionamientos, pues estaban pensados para funcionar según el modelo de crecimiento de Gamarra, en donde solo se necesitaban gran cantidad de espacios mixtos entre tiendas, talleres, depósitos, sin ninguna comodidad especial para el cliente, que era principalmente de sectores populares. Así, comentó Augusto: “¿De qué vale que hagan tantos pisos si no das las comodidades y servicios necesarios al cliente? Es como que tengas un buen restaurante, pero tu mesa esta hasta el perno... vendrá por una única vez y ya no vuelve.”

En esa medida, la conformación de Gamarra como conglomerado informal para sectores populares devino en una morfología particular en el emporio, que no contaba con la misma planificación y orden con que normalmente cuentan los *malls*, pues las galerías con las que hoy cuenta Gamarra mantienen una infraestructura de edificios masivos de viviendas, que fueron ambientados como tiendas. Así, Augusto consideró necesario hacer cambios en la materialidad del emporio: “Esos propietarios deben pensar hacer un centro comercial, porque Lima crece, el comercio crece... entonces, son cosas que realmente necesitamos que avancen. Yo sé que la gente va a cambiar, sé que en 2018 vamos a ser un CC. con estacionamientos...”

Según Augusto, dichos cambios buscan atraer una clientela de sectores socio-económicos más altos, que pueden referirse principalmente a la “nueva clase media”, y que han aumentado las expectativas de su consumo, por lo cual el tema de los estacionamientos es esencial: “hay mucha gente que viene con su propio carro, esos clientes se han perdido, queremos que esas personas vengan”. Así, Augusto, como otros empresarios, consideró que las ventas en Gamarra han disminuido precisamente por no contar con esas comodidades, lo cual posicionó al conglomerado en desventaja competitiva con centros comerciales como Jockey Plaza y Plaza Norte, que atraen a este nuevo sector de consumidores.

A su vez, dicha inclinación por la morfología de los *malls* también se relacionó al deseo de “capacitación”, que se expresa en la presencia de profesionales como arquitectos, ingenieros, diseñadores, entre otros, para el diseño y construcción de espacios comerciales modernos. Rogelio consideró que centros comerciales como Plaza Norte deberían ser percibidos como un modelo de referencia, por lo cual se deberían “captar” sus ideas y metodologías para aplicarlas a nuevos proyectos en Gamarra. Consideró que el mercado actual es “futurista” y que es necesaria la participación de profesionales para insertarse a los nuevos retos del futuro. Así, expresó: “...no podemos caminar intuyendo, tenemos que caminar en base a estadística, a información exacta... sino, no hay otra forma... sino se tomaran malas decisiones.” Richard, al igual que los empresarios de la rama inmobiliaria, consideró que la conformación de Gamarra por los empresarios “empíricos” devino en una falta de buena

planificación, precisamente por trabajar “intuyendo”, por lo cual parece ahora considerar necesario contar con “información exacta” del ámbito profesional para insertarse competitivamente a un mercado más moderno y globalizado. Así, respecto a los profesionales, resaltó que: “...esto camina con manos profesionales... porque por más que tengamos visiones, se tiene que tener una metodología... generalmente los profesionales te dicen ‘esto es así’, te ponen el cuadrito de cómo tenemos que avanzar...”

Entonces, si bien Rogelio coincide con las proyecciones de la rama inmobiliaria, sus estrategias también se inclinaron por lo dirigencial, a través de la participación en las juntas vecinales y la constitución de una corporación de jóvenes profesionales que buscaron exportar, importar, participar en las licitaciones, y crear una universidad de la moda en Gamarra, entre otros planes. Según Richard, si no es posible competir en temas de producción, se deben buscar alternativas de mercado que proporcionen un valor agregado con el que se pueda competir en el mercado, lo cual implica centrar la atención en potenciales clientes. Así, señaló que: “ (...) lo que la modernidad pide: en base al estudio... nosotros ya no podemos pensar en lo que nosotros queremos...’el futuro pide’... dentro de los clientes.”

Señaló que dicho valor agregado puede ser una marca de lo peruano, como en el caso de la gastronomía, que fue abanderada por Gastón Acurio⁵³ como imagen de la peruanidad. En ese sentido, refirió a una estrategia de reactivación económica, en la que resultó central la calidad del algodón

⁵³ Gastón Acurio es un cocinero peruano reconocido por abanderar la comida peruana y posicionarla en la gastronomía internacional (Infobae 2018).

peruano como una manera de posicionar nuestros productos en el mercado mundial. Así, Rogelio señaló que su corporación busca “marcar un hito” en Gamarra:

...dejemos de quejarnos de que los capitales extranjeros dominan en nuestra patria, queda claro de que un capitalista grande extranjero lo que hace es llevarse nuestras ganancias y lo gasta en sus países... mientras un peruano, si todo lo gastamos en nuestra patria, en educación, vestimenta, gustos... entonces se convierte en una reactivación. Necesitamos peruanos que sean como esos grandes. Es una etapa de convocarnos los peruanos. Necesitamos profesionales... nosotros que ya hemos captado, sabemos lo que queremos.

3.3.2.2. Empresarios de la Nueva generación

Los nuevos espacios comerciales construidos por los Nuevos Pioneros, que se enmarcan en la estrategia de la privatización, atraen una gran cantidad de jóvenes “emprendedores”, quienes al igual que los Nuevos Pioneros, se insertan en los parámetros del discurso de éxito del modelo neoliberal. Si bien el mandato hegemónico consiste en trabajar para uno mismo, de igual manera se establece una relación económica, no con un jefe pero si directamente con el cliente. En esa medida, el cliente sería el verdadero dueño de la empresa, ya que el objetivo final de esta última es producirlos.

A este respecto, Mayra señaló: “Bueno, yo creo que independientemente del gusto que tengas con una prenda o con una tendencia es encontrarle el gusto del cliente (...) pensar más en el cliente que en lo que te gusta a ti, si sabes conocer a tu público objetivo pues yo creo que ese va a ser tu éxito.”

Así, esta hegemonía del cliente se expresa en una intensa competencia con marcas transnacionales como H&M y Forever 21. Estas han logrado

reducir sus precios y a la vez se encuentran en constante renovación de modelos, por lo que se le ha denominado *fast fashion* (PerúRetail 2015). Sobre esto, Mayra opinó que: “Mucha competencia con el ‘canal moderno’ (...) con las “super ofertas” de 15 soles en H&M por ejemplo, es difícil competir. Eso ha hecho que bajen las ventas bastante.”

La industria del *fast fashion* se relaciona directamente al uso de las redes sociales, ya que hay una exposición virtual continua del estilo de vida de los usuarios y de sus preferencias al vestir a través de plataformas como Instagram o Snapchat (Adweek 2017). Así, emergió una industria que produce moda instantánea a bajo costo, por lo cual la calidad de las prendas no importa tanto como su estética. La mayoría de peruanos optó por las compras “hormiga” (compras de aproximadamente USD 26), que prioriza la cantidad sobre la calidad (PerúRetail 2018). Como señaló Carla: “Es un público barato pero hay gente que quiere ver algo glamoroso, que se sienta especial, que está comprando una bonita prenda.”

En esa medida, las principales estrategias de los jóvenes consistieron en copiar los modelos estéticos de esta industria, así como en desarrollar el *styling* (decoración) de sus tiendas y de sus espacios cibernéticos. En este contexto, ser competitivo refiere a la capacidad de los empresarios para manejar información, en el aspecto administrativo y en el manejo del internet y las redes sociales. Este escenario resultó opuesto al Gamarra de antes, en donde lo característico era la alta demanda, así como la calidad y la simpleza en el diseño de las prendas. Así, la emergencia de estos nuevos actores sociales,

altamente individualizados, deviene en reducir drásticamente las oportunidades de inserción para los antiguos empresarios.

Así, una estrategia innovadora de este grupo de empresarios consiste en el comercio des-localizado a través de las redes sociales y servicios de Courier, lo cual implica que una gran parte de las ventas también se dan fuera del espacio comercial de Gamarra. Christian se encuentra conformado una empresa llamada GMR Express (Gamarra Express), que estará dedicada a realizar envíos en moto desde Gamarra hacia los domicilios de los clientes. Comentó emocionado: “Todas las marcas de Gamarra si tienen un pedido de Lima es irse a Olva, que las oficinas están en todos lados menos dentro de Gamarra, y luego lo envía y son de 48 a 72 horas después (...) te quita tiempo y dinero”. Mencionó también que busca encontrar asociados para aumentar la inversión en este negocio y así llegar a clientes en provincias, al hacer conexiones con empresas como Moviltour.

En esa línea, todos los empresarios de este grupo realizan pagos a la empresa Facebook (entre 300 y 700 soles mensuales) para promocionar sus páginas de venta. Ante eso, Christian planeó la creación de GMR Express, ya que una gran cantidad de marcas de Gamarra empiezan a obtener visibilidad a través de estas herramientas virtuales. Comentó: “Facebook publicita tu marca, decides rango de edades, sexo, país y estas cosas... y ellos hacen que tu página aparezca en lugares específicos (...) Hay marcas en Gamarra que tiene 400 000 likes. Por eso tienen que contratar a alguien que mantenga tu red.”

Sobre ello, Carla comentó: “Yo manejo mucho mis redes sociales, y soy súper tecnológica (...) la súper foto, sorteo...esas cositas dan un realce. Ventaja muy grande, muchas empresas grandes y consolidadas comenzaron así... yo veo otras amigas con sus tiendas, pero no le dan importancia al *fanpage*. Cada dos o tres minutos estoy mirando, trabajando fotos con modelos, las llevo a que las peinen, las maquillen, que editen bien las fotos...” Así, vemos que la importancia que se le da a la imagen virtual de la marca permite mantener una cantidad de ventas estable para estos empresarios a pesar de la crisis, por lo cual surgen propuestas innovadoras de negocio como la que se actualmente conforma Christian, y que le dará una ventaja por sobre las demás marcas.

3.3.3. Reivindicación: La crisis “nos está obligando a cambiar”

3.3.3.1. Empresarios Pioneros

Ahora, en el caso de los empresarios Pioneros, estos buscaron gestionar/administrar el espacio de Gamarra de modo que puedan asegurar un ambiente de venta adecuado, que se asemeje a las buenas épocas del conglomerado, que mantenía su carácter de aglomeración económica pero que progresivamente mejoraba su orden, limpieza y organización a través de la formalización. En esa medida, el reclamo y las exigencias al Estado parecen ser de sus principales estrategias para cambiar sus condiciones urbanas, así como su involucramiento con agrupaciones dirigenciales que les permitan acceder al poder municipal. Así, Mariano refirió a un convenio firmado con el

actual presidente Pedro Pablo Kuczynski (pero que no se cumplió), que buscó independizar el espacio de Gamarra de la Municipalidad, debido a que no se realiza un adecuado “retorno” del dinero que se tributa en las calles del emporio. Expresó: “Acá no hay retorno del dinero que tributamos, y es por eso que queremos que Gamarra sea independiente de La Victoria. No quiere decir que no vayamos a pagar la tributación, nosotros vamos a tributar lo que nos corresponde. Pero lo que corresponde acá... lo que hay ingresos en licencias y todos eso va a ser retornado y servirá para la limpieza, para protegernos y demás. Eso es lo que le hemos pedido a PKK.” Asimismo, respecto al involucramiento con agrupaciones dirigenciales, Rolando relató cómo su estrategia fue participar de las juntas vecinales de La Victoria (siendo elegido presidente tres veces), así como involucrarse con diversas agrupaciones dirigenciales de empresarios, de manera que se puedan generar mayores oportunidades de independizarse de la municipalidad.

En esa medida, tanto el reclamo y las exigencias al Estado, así como el involucramiento con grupos dirigenciales de parte de este grupo de empresarios, han generado visiones posibles para reinterpretar Gamarra. Se ha propuesto que Gamarra se convierta en una escuela de moda, así como en un espacio turístico que conserve la historia de la industria textil en el Perú. Estas propuestas, además, evidencian la búsqueda de los empresarios por conseguir la gerencia y administración del conglomerado, de manera que puedan desmarcarse de la corrupción municipal y al mismo tiempo conservar su carácter de aglomeración económica. Así, Darío expresa: “Bueno nosotros

hace muchos años que estamos tras de lograr que Gamarra sea la ciudad de la moda y la ciudad turística... pero no podemos por la corrupción de todas las autoridades... las municipalidades son corruptas, entonces ahí tiene que tallar el Estado, y si el Estado no trabaja en conjunto con nosotros y con la municipalidad esto no se va a poder lograr... porque el desorden es lo que nos agobia y malogra todo el bienestar que hay acá”.

Es necesario resaltar que este grupo de empresarios contó con modelos de referencia alternativos al del *mall*, que se asemejaron más al modelo de conglomerado de las primeras épocas de Gamarra. En esa medida, se busca ofrecer al confeccionista y al comerciante las herramientas para poder competir en una escala global con otros mercados. Esta posición se diferenció de la de los empresarios de la rama inmobiliaria, que buscan constituir un espacio privado enfocado en el cliente, en que solo entrará un tipo particular de empresarios, con un fuerte capital para invertir en comprar un espacio ahí y con un producto especializado. En ese sentido, la competitividad de este grupo parece localizarse en el fortalecimiento de sus trabajadores. Sobre ello, comentó Dario:

Lo que pasa es que antes un empresario era empírico y uno hacia lo que veía, no hacia otra cosa más...y poco a poco hemos ido saliendo a las ferias, a ciudades donde se ha visto el cambio total, esto se ha traído ese modelo acá para tal vez, para facilitar al confeccionista... primero estuvimos en Colombia, fuimos a Taiwán, Corea y China, entonces tú le facilitas al confeccionista... si una prenda no tiene agregado entonces no vende... porque el mundo es cambiante, ya estamos en la vanguardia el mundo, y cuando estas en la vanguardia del mundo tienes que ser competitivo para poder llegar y lograr tus éxitos.

En ese sentido, la estrategia de la reivindicación buscó conservar el valor que se generó en Gamarra de manera progresiva, a partir de las

constantes interacciones entre los trabajadores, proveedores, empresarios y clientes. El valor de sistema emergente refirió al circuito de intercambio de información entre productores y consumidores, así como a las relaciones entre empresarios, proveedores, subcontratistas y clientes que componen las redes locales de producción. Es por ello que Gamarra, como aglomeración económica, generó relaciones de confianza y una mayor flexibilidad de las operaciones y actividades económicas, lo cual permitió la estabilidad económica de una masa extensa de migrantes.

Ilustración 9. Vistas a galerías del Jirón Gamarra (entre las cuadras 1-6).

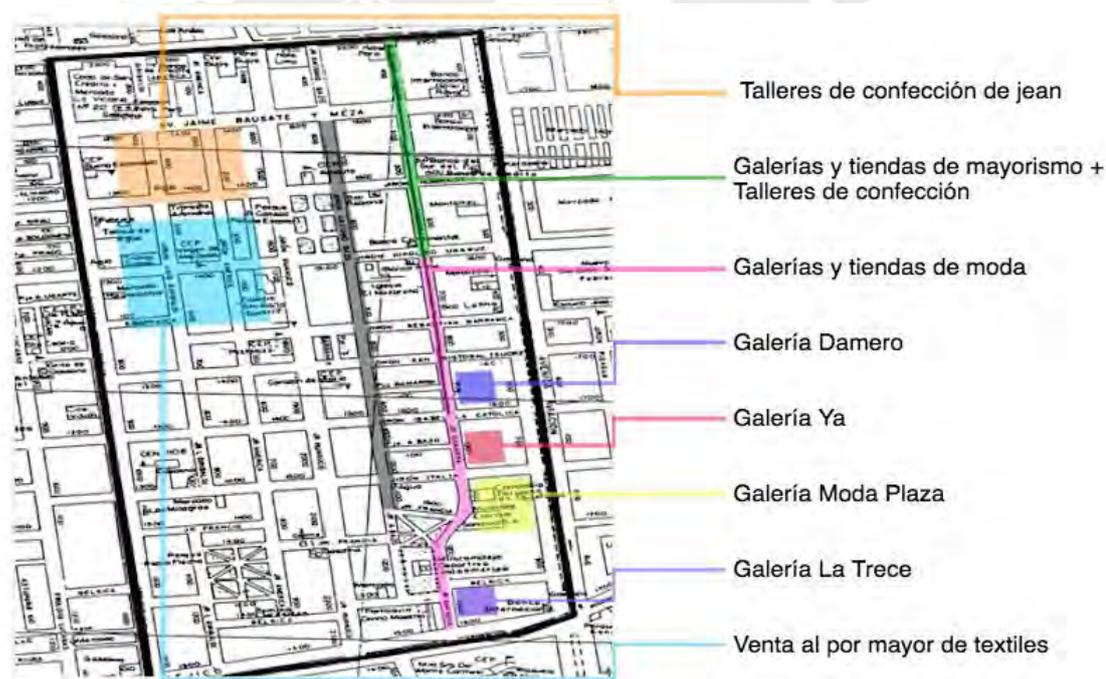


Fuente: Fotografías tomadas por la autora (2017).

En esencia, Gamarra se conformó como un espacio de oportunidades colectivas, cuyo valor se generó progresivamente a partir de las constantes interacciones entre los trabajadores, proveedores, empresarios y clientes. Así, se puede apreciar su crecimiento particular como un espacio utilizado para múltiples propósitos y funciones, y en donde sus trabajadores despliegan una amplia diversidad de ocupaciones. Dicho carácter aún se encuentra presente en el espacio mismo, ya que aún se conservan edificios de usos mixtos, es

decir, que cuentan con galerías en los primeros pisos, y con oficinas, talleres y almacenes en los pisos superiores (ver Ilustración 10). En esa línea, también se entienden las propuestas de Gamarra como una escuela de moda o un espacio turístico, ya que en ambas visiones se mantiene el carácter de aglomeración económica, y por tanto, la multifuncionalidad del espacio, así como las interacciones y redes locales de los trabajadores.

Ilustración 10. Mapa de ubicación de las nuevas galerías, “Damero”, “Ya” y “La Trece”, y del proyecto Gamarra Moda Plaza, entre las cuadras 7-13 del conglomerado.



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la imagen anterior, la distribución del espacio de Gamarra progresivamente genera una diferenciación entre una zona más “moderna” y una zona más “antigua”. Entre las cuadras uno y seis

del Jirón Gamarra se mantienen galerías y edificios de usos mixtos, mientras que entre las cuadras 7 y 13 del Jirón Gamarra han aparecido las nuevas galerías en los últimos años. Los empresarios Pioneros, que despliegan estrategias de reivindicación, señalaron y denunciaron esta diferenciación espacial progresiva, ya que la zona antigua es la que concentró la masa de ambulantes en sus calles, mientras que la zona moderna se encontró menos congestionada. Esto se dio porque los negocios que actualmente se encuentran en crisis estuvieron ubicados en esa zona, ya que no contaron con las posibilidades y conocimientos para insertarse a las nuevas lógicas de mercadeo, lo cual implicó que no pueden alquilar un espacio de venta en las nuevas galerías, o próximamente, en Gamarra Moda Plaza.

Asimismo, los nuevos edificios, al solo contar con la función de la compra y venta en su interior, parecen desintegrarse progresivamente de las dinámicas de los otros espacios del conglomerado, ya que tampoco cuentan con espacios de almacén o talleres de confección. Por tanto, parece que estos nuevos espacios provocan la separación de funciones entre distintas zonas del conglomerado, así como la división entre quienes mantienen una posición estable en el conglomerado (en las nuevas galerías) y quienes luchan por sobrevivir (en las antiguas galerías).

3.3.3.2. Empresarios de la Segunda generación

En ese sentido, la estrategia de reivindicación de los jóvenes de la Segunda generación, como Sara, buscó ofrecer oportunidades para los

empresarios que no contaron con conocimientos o habilidades específicas que son valoradas actualmente en Gamarra. Sara se autodenominó pionera de la rama de diseño de producto⁵⁴, pues relató que las microempresas anteriormente no contaban con capacidad para asumir los costos de incluir este servicio, pues implicaba el uso de una maquinaria y un software específicos, que en las primeras épocas del emporio costaba alrededor de 70 000 dólares. Sin embargo, en la actualidad, los costos se han reducido drásticamente, pues han aparecido alrededor de 15 empresas en esa rama desde que inicio la suya, en el 2008. Manifestó sentirse satisfecha con el aumento de ese servicio, y resaltó que su anhelo principal en ese modelo de negocio es que Gamarra logre industrializarse de modo que se pueda depender casi por completo de la tecnología. Expresó:

...si de hecho yo aspiro a que no solo funcione para mí, ósea que lo que yo haga en gamarra se pueda diversificar no solo en gamarra sino en todo el país, de modo que nuestra industria completa cambie, al usar el tipo de tecnología que yo uso. Cuando yo empecé hace 10 años en el país solo habíamos dos empresas que hacían lo que yo hago (diseño de producto) solo éramos 2 en todo el país y yo era la única que atendía a pequeñas empresas. Han pasado 10 años y hay muchísima gente que hace eso, y eso es bueno, para mí eso no es tener una competencia, yo creo que eso es bueno. Yo puse este negocio por eso, es mi objetivo más importante.

Gracias a este servicio, el empresario que no cuenta con nociones contemporáneas de moda puede competir en el mercado actual. Al indagar en la trayectoria de Sara, relató que sus primeras experiencias en Gamarra fueron a muy temprana edad, cuando ella y toda su familia apoyaban el negocio de su madre. En esa medida, consideró que Gamarra fue un espacio central en su

⁵⁴ El servicio que ofrecen este tipo de empresas consiste en elaborar de manera digital un concepto de marca, así como el diseño y los moldes de las prendas. Así, gracias a este servicio, el empresario que no cuenta con nociones contemporáneas de moda puede competir en el mercado actual.

vida, al darle la oportunidad a su familia de mantener un nivel de vida estable y cómoda.

En esa misma línea, Ricardo es un empresario que también despliega estrategias que buscan reivindicar el valor comercial del conglomerado. Al igual que su padre, Ricardo está en la rama comercial de productos de pasamanería (agregados para la confección como botones, cierres, lazos, entre otros) y su estrategia consistió en realizar viajes cada vez más recurrentes a China con el fin de comprar grandes cantidades de productos originales y de buena calidad, lo cual reduce los costos de producción a sus clientes y evita que estos importen a empresarios chinos. Así, expresa: “Todo es competencia. La competencia es bonita, te están mirando. Si traes algo de China tiene que ser antes que los demás... traes lo que está de moda primero que todos, ganas.”

Como joven emprendedor, Ricardo expresó un sentido competitivo bastante elevado, por lo cual su estrategia principal es ir directamente a China en lugar de importar. Consideró que así puede asegurarse de la calidad de su producto y obtener diseños nuevos antes que sus competidores. Asimismo, sus clientes, que son confeccionistas, también salen beneficiados al acceder a agregados de moda nuevos. Sin embargo, y a pesar de esta lógica competitiva, Ricardo, al igual que Sara, cuenta con una larga trayectoria de convivencia en el conglomerado, ya que su familia también logró acceder a un nivel de vida a través del trabajo arduo y constante. Ricardo mencionó: "...yo no trabajo para mí, trabajo para mi familia, mis pensamientos, mis objetivos, todos son para mi familia, obedecerlos...compartes algo, darles algo entonces me motivo".

Por su parte, Orlando ha generado alianzas estrategias con empresarios que alquilan espacios comerciales en las galerías de su familia para promocionar y publicitar sus marcas. La estrategia consistió en invitar personajes de la farándula para que sean representantes de la marca durante una inauguración o un evento organizado por galería. Así, relató:

El propietario de la marca, la pone a la persona como si fuera su representante (...) estamos negociando con la chica esta colombiana, Milena Zarate, con Mario Hart. Y a eso lo estoy llevando para allá, simplemente la pongo a la artista junto al que hace su marca. Cuando inauguran vienen las cámaras. Acá esta marca que empezaron acá como Toreto de Sheyla Rojas. La Sheyla a viene un par de veces al mes, la gente viene y compra. Ha estado la Katty García, Melissa Paredes, Angie Jibaja... he ayudado a las personas, y eso ha ayudado a que la galería sea mejor, y que sea conocida por eso.

Esta estrategia se ha generado a partir de la baja de ventas y se ha enfocado en asistir de manera gratuita a quienes alquilan un espacio en su galería. Así, se entiende que la estrategia de Orlando busca asistir al grupo de inquilinos de sus galerías, de modo que todos y el incluido puedan mantener sus negocios. Ya que ante la baja de ventas, los inquilinos no podían pagar el alquiler, y fue a partir de esa situación que Orlando generó la estrategia de publicidad mencionada. Cabe resaltar que hizo uso de una red de contactos para conseguir a los mencionados personajes de la farándula de manera gratuita.

Ahora, luego de abordar las estrategias desplegadas, se entiende que, al hablar de la crisis actual por la que atraviesa el conglomerado, los empresarios expresaron su descontento respecto a la “competencia desleal”, que refiere a las consecuencias del tratamiento que le dan el Estado y la municipalidad a Gamarra. Así, respecto a la crisis, Sara expresó: “...nos está obligando a

conocer diferentes cosas, nos está obligando a cambiar. Y eso es bueno también, es parte de (...) te obliga a mejorar... si hay competencia leal no hay problema, te obliga a cambiar, te obliga a mejorar, a generar mejores estrategias, ventajas para tus clientes, el problema es la competencia desleal, con la cual no puedes competir... y eso es lo más fuerte acá, no podemos, por eso nos estamos ahogando...”

En esa línea, si bien los cambios que proyectan los empresarios de este grupo consisten en independizar Gamarra, se resalta que se busca mantener las “ventajas” que genera su espacio comercial para una mayoría de trabajadores y empresarios y no para una minoría. Así, relató:

Yo creo que es bueno el plan de independizar Gamarra, al menos el sueño... de generar Gamarra un destino turístico si, por ejemplo en los paseos que hacen al cerro San Cristóbal se incluya...pero es un tema de Estado, para evitar mafias y esas cosas... Podemos hacer la propuesta y hacer que se generen puestos de trabajo para nuestra propia gente, pero si lo hago así como un sueño privado, eso va a generar ventajas para unos pocos, no necesariamente para Gamarra, y eso no nos interesa.

CONCLUSIONES

Se confirmó la hipótesis de que las trayectorias y experiencias concretas de los empresarios entrevistados en el conglomerado han devenido en estrategias diferenciadas para superar la crisis. Sin embargo, la investigación reveló que el punto en común es que ambas estrategias se construyeron al margen del Estado, lo cual expresó el carácter estructural común en el que se insertaron los empresarios de Gamarra: una ciudad neoliberal e informal.

En el caso de los Pioneros y la Segunda generación, estos actores han optado por estrategias reivindicativas de carácter colectivo que buscaron mantener el valor espacial que surgió en el conglomerado al conformarse, ser una aglomeración económica y un sistema emergente. Los capitales de honestidad, responsabilidad, puntualidad, así como las relaciones de confianza, fueron centrales para la conformación de Gamarra y remitió a la necesidad de mantener una amplia red de empresarios y trabajadores en el espacio. Por ello, se inclinaron por una visión del conglomerado que mantiene su carácter espacial de aglomeración. Asimismo, las múltiples interacciones emergentes que formaron una estructura global de comportamiento (Johnson 2001), permitieron un circuito de intercambio de información entre productores y consumidores y generaron redes descentralizadas de relaciones. A su vez, este sistema descentralizado entre los “gamarrinos” se vio perpetuado en una cultura local, que se ha probado efectiva para captar flujos de la economía global (Chion 2002), a través de la venta de prendas al extranjero y el uso de internet como plataforma.

Consideraron necesario generar un entorno comercial atractivo para los nuevos consumidores, lo cual implica una mejora en la calidad de los servicios urbanos, así como en su organización, limpieza y seguridad. Se consideró que este deseo de mejora en el espacio comercial no implicó la pérdida de una espacialidad de aglomeración, que permita mezclar en los edificios y en el espacio diversas actividades, que van desde lo productivo hasta lo comercial. En esa línea, también se ha propuesto que Gamarra se convierta en una escuela de moda o un espacio turístico, de manera que se mantenga su espacialidad particular. Sin embargo, la Municipalidad de La Victoria fue considerada el principal impedimento para mejorar el entorno comercial, debido a los altos niveles de actividades extra-legales que mantienen los funcionarios, lo cual expresó la ausencia de lo público en el territorio.

Ahora, en el caso de los Nuevos Pioneros y la Nueva generación, sus estrategias privatizadoras expresan una evolución no solo en la organización urbana de la ciudad, sino también en las identidades y en los discursos de los actores. Se entiende que el discurso “emprendedor” se enmarcó en la consolidación de Lima como una ciudad neoliberal, en donde se valora la capacidad de asumir retos y los objetivos individuales (Guerra-García 2009), de manera independiente al contexto social. En esa medida, se expresó en una actitud competitiva y abierta al cambio, lo cual se adapta a los lineamientos de la libre competencia. La construcción identitaria del emprendedor como antítesis del “empleado”, remitió a una percepción de ineficiencia y mediocridad relacionada a los sujetos que trabajan para alguien más (empresas o el Estado)

(Rosales 2013). A su vez, la imagen del sindicato se relaciona a la ineficiencia laboral, por considerarse un obstáculo para la dinamización de la economía y para la competencia impulsada por la globalización. Así, el emprendedor se alineó con la lógica de la flexibilidad laboral, que permite a los empresarios insertarse en el competitivo juego del libre mercado.

Entonces, esta construcción de un sujeto individualizado ha llevado a estrategias privatizadoras y totalmente alineadas con las tendencias actuales de mercadeo, que se inclinaron por los productos especializados, las marcas transnacionales, y el entorno comercial que ofrecen los *malls*, y que resultan una concentración espacial de distintos tipos de servicio en un entorno controlado y que se percibe como seguro (Díaz-Albertini 2016). La transformación de la ciudad y la emergencia de la nueva clase media han devenido en un deseo de “modernización”, que vuelve atractivos a los *malls* por ser la imagen icónica del mundo globalizado. A su vez, los empresarios que se inclinaron por esta estrategia consideraron que la privatización es una manera eficaz de asegurar condiciones comerciales adecuadas en el espacio (orden, limpieza y seguridad), y que actualmente el espacio de Gamarra no puede ofrecer a través de lo público. En esa línea, los jóvenes de la Nueva Generación han elaborado estrategias de venta des-localizada a través de las redes sociales y él envió motorizado, de modo que la compra-venta no se vea limitada al espacio físico del conglomerado.

Finalmente, se entiende que la heterogeneidad entre las estrategias de los empresarios se explicó por las trayectorias y experiencias concretas que

han tenido en el conglomerado. Así, vemos que los empresarios Empíricos, como fueron los que se insertaron a Gamarra en su etapa de conformación, vieron la oportunidad de invertir en la compra de terrenos y la construcción de galerías, por lo cual despliegan y proyectan estrategias que buscan recuperar el valor comercial, sea a través de estrategias reivindicativas o privatizadoras. En esa medida, no solo se abordó el terreno de lo afectivo, sino también el del cálculo económico de manera integrada, que puede resultar en diversas posibilidades.

Así, los “gamarrinos” que no se han involucrado en la rama inmobiliaria, y que son la masa de empresarios que alquilan tiendas, no tienen mayor dificultad para posicionar a sus trabajadores en la calle y realizar pagos extraoficiales a los funcionarios de la Municipalidad, ya que no han invertido en el valor del espacio comercial. Por ello, los empresarios Empíricos, al haber invertido en el espacio comercial en su etapa de conformación, han optado por una estrategia de reivindicación o privatización, de acuerdo a una lectura de donde se ubica el valor comercial del conglomerado. En esa línea, los empresarios Jóvenes prueban e innovan estrategias nuevas para integrarse al conglomerado. Sin embargo, sus estrategias se encuentran articuladas a la de los empresarios Empíricos, ya que este grupo es el que cuenta con la capacidad de cambiar la morfología de Gamarra.

El espacio social

De acuerdo al marco desarrollado por Lefebvre ([1974] 2013), se definió que la espacialidad de Gamarra consiste en una aglomeración económica y un sistema emergente, ya que expresan la conformación de un orden superior que surgió de un consenso entre los actores de un espacio, que como se ha visto en el estado del arte, remiten a ese orden complejo generado a partir de la confluencia de múltiples interacciones locales de la masa de migrantes andinos que formaron el conglomerado. Así, se evidenció que el espacio social de Gamarra expresa el contexto particular de su conformación, ya que en él emergió un espacio-tiempo así como relaciones sociales específicas.

En el marco lefebvriano, el espacio social se entiende a partir de su conocida triada conceptual: el espacio vivido⁵⁵, el espacio percibido⁵⁶ y el espacio concebido⁵⁷. Cada uno de estos espacios aborda una dimensión presente en el espacio social, y en el caso de Gamarra, permite diferenciar y delimitar el espacio que se encuentra en el centro de la crisis actual. En esa medida, se vio que es en el espacio concebido en donde se ubica una debilidad

⁵⁵ El espacio vivido refiere a los espacios de representación, que expresa lo simbólico y lo ligado al lado clandestino y subterráneo de la vida social. Es el espacio “de usuarios y habitantes, donde se profundiza en la búsqueda de nuevas probabilidades de la realidad espacial” (Lefebvre [1974] 2013: 15). Se entiende como un espacio conocido y apropiado, que remite a los espacios físicos y se sobrepone a sistemas simbólicos complejos.

⁵⁶ El espacio percibido refiere a las prácticas espaciales, que engloban la producción y reproducción social, así como los lugares específicos y conjuntos espaciales propios de una formación social. En esa medida, se entiende como el espacio de la experiencia material, que asocia la realidad cotidiana y la realidad urbana (esta última referida a las redes y flujos de personas, capital y mercancías asentadas en el espacio). Así, remite a los usos y prácticas cotidianas en el espacio.

⁵⁷ El espacio concebido refiere a las representaciones del espacio, que vinculan las relaciones de producción al orden que imponen y de ese modo a los conocimientos, signos, códigos y relaciones frontales. Así, depende de las relaciones de producción y orden que se pretende establecer respecto a los usos cotidianos del espacio. Por tanto, es un espacio vinculado a la planificación y gestión institucional, asumida por urbanistas, arquitectos y otros expertos.

de lo público, ya que no se han generado estrategias públicas que logran incorporar plenamente a los empresarios y trabajadores de Gamarra como conjunto, por lo cual todavía desarrollan estrategias autónomas. Es decir, no se ha concebido el espacio de Gamarra desde el ámbito de la planificación y la gestión pública, lo cual se evidencia en la situación actual de crisis y corrupción en el conglomerado. Así, se vio que los empresarios seleccionados para la investigación se plantearon concebir su propio espacio a partir de las estrategias de la reivindicación o la privatización, las cuales tuvieron en común mantenerse de espaldas a lo público.

En esa medida, los empresarios consideran que Gamarra necesita reinterpretarse dentro del escenario global, ante lo cual sus estrategias serían las apuestas particulares ante dicho reto. Sería en el espacio vivido y percibido en donde se ubica la red de interrelaciones que generaron los empresarios y que se expresan en el espacio físico de aglomeración económica. Así, dicho carácter de aglomeración ha concretado un sistema descentralizado entre los “gamarrinos” y su entorno físico, y que ha sido abordado como sistema emergente. Surge una paradoja: Al conformarse las relaciones entre los “gamarrinos” como un sistema emergente, cuyos principios de orden no dependen de una instancia central, se evidencia el reto que implica la conformación de un frente o colectivo común entre todos los empresarios y trabajadores del conglomerado. Los resultados de la investigación, que evidencian la heterogeneidad de las estrategias, confirman la existencia de esta paradoja. En pocas palabras, Gamarra no necesitó una instancia central

durante su conformación, pero al entrar en un escenario global y al surgir la necesidad de negociar con el Estado y la municipalidad, parece ser indispensable reconsiderar los lazos que mantienen los “gamarrinos” como grupo con intereses comunes en el marco del espacio del conglomerado.

La estrategia común

Lo que las estrategias de la reivindicación y la privatización tuvieron en común es que ambas se construyeron al margen del Estado, e incluso en claro antagonismo con las estructuras estatales. Ambas estrategias imaginaron una Gamarra construida al margen de la municipalidad y el Estado, lo que puede resultar en un enclave comercial, una escuela de la moda, un espacio turístico o un *mall*. Así, los empresarios buscaron mantener su potencial comercial, así como su identidad autónoma en el conglomerado. Surge de esto una paradoja: a pesar que el contexto de abandono estatal e informalidad se conformó a partir de los efectos de la reestructuración neoliberal y la globalización, los empresarios reprodujeron esas mismas lógicas a través de las estrategias descritas.

La construcción identitaria del emprendedor se enmarcó en esta paradoja, ya que se construye como la antítesis del “empleado”, es decir, por quien es dependiente de una empresa o del Estado (Rosales 2013). En esa medida, de acuerdo al marco desarrollado por Rosales, la función ideológica del discurso emprendedor devino en una devaluación de la importancia del lazo social, lo cual permitió que se construya un sujeto individualizado que busca el

éxito económico en el marco del neoliberalismo y la globalización. En este punto, resultó importante mencionar que la paradoja también refirió a la concepción de lo que es una relación económica, que en el discurso emprendedor aparece totalmente ajena a un lazo social. Si bien el emprendedurismo se desarrolló bajo la idea de trabajar para uno mismo, de igual forma se establece una relación social económica con el cliente en lugar de con un jefe. Así, la hegemonía del cliente se confronta con esta paradoja, ya que bajo la ética del emprendedor se debe apelar constantemente al deseo del cliente o el turista, ya que este es quien incentiva el desarrollo económico y la inversión.

Para el caso de Gamarra, esta concepción resultó problemática, ya que sus relaciones económicas han surgido a partir del lazo social entre los migrantes. Es decir, se vio que esta paradoja resultó en un oscurecimiento del aspecto histórico y el acervo cultural de los empresarios del conglomerado, que fue central para la conformación de Gamarra como aglomeración económica y sistema emergente. En esa medida, resulta imposible ignorar la centralidad del trasfondo cultural de los migrantes de Gamarra, que se evidenció en su historia a través de redes sociales de parentesco y paisanaje bajo una ética andina de trabajo adaptada al entorno urbano (Adams y Valdivia 1994). Así, Gamarra es un ejemplo emblemático de la importancia del lazo social para establecer relaciones económicas fructíferas en un contexto de marginalidad urbana e informalidad, en donde los vínculos familiares y de paisanos permitieron mayor

eficiencia para conformar empresas, así como la adquisición de información, capital económico y conocimiento de los mercados.

En esa medida, resultó igual de necesario problematizar la noción de Estado⁵⁸, ya que los empresarios, aunque contaron con trayectorias, capitales y estrategias distintas, buscaron construirse al margen de este. Ahora, aquí la noción de Estado se entiende mejor como una relación social. El filósofo griego Nicos Poulantzas escribió que “el Estado es una relación de fuerzas, o más concretamente, la condensación material de esta relación entre las clases y fracciones de clase, tal y como se expresan dentro del Estado de una forma necesariamente específica” (1978: 128-129). Se ve que la constitución histórica y formal de los Estados siempre ha sido resultado de las luchas sociales pasadas y reproducidas en y a través de las luchas sociales (Jessop 2018).

Bajo este marco, se entiende que el Estado no es ser un inmutable, burocrático o necesariamente corrupto, sino el resultado de fuerzas cambiantes que luchan (dentro del aparato estatal o contra este) por imponer sus intereses. Cómo y en qué medida se concretan los poderes del Estado depende de la acción, la reacción y la interacción de fuerzas sociales específicas situadas por dentro y fuera del mismo. Es decir, la visión futura de Gamarra y su relación con la Municipalidad de La Victoria dependen de la capacidad de los

⁵⁸ Los Estados, para poder gobernar, buscan volver legible a la sociedad (Scott 1998) a través de técnicas económicas y estadísticas para poder abstraer sus características y transformarlas en información legible que sirva a la gobernanza. En este proceso no se consideran las prácticas informales, debido a que no se pueden traducir a los esquemas que utiliza el gobierno para su planificación. Scott consideró que dicha legibilidad resulta reduccionista y discriminatoria. Las técnicas de gestión de países como Perú cuentan con un modelo de Estado que se originó en el hemisferio norte y que se insertó a través del paradigma de gestión que vino asociado a las reformas neoliberales (Galvez y Grompone 2017).

empresarios para conformarse como un bloque de poder o un bloque histórico⁵⁹, en términos de Gramsci (1971), capaz de articular demandas y generar estrategias para alcanzar sus metas.

Al entender el Estado de esta manera, es decir, como la expresión de un cuerpo social que a través de unas instituciones inscribe el resultado de sus luchas internas, se puede ver que Gamarra acabará conformándose como un *mall*, un enclave comercial, una escuela de moda, un espacio turístico, o una guarida de criminalidad; esto dependerá de la capacidad de los distintos grupos empresariales de imponer sus intereses en relación con el aparato estatal. A pesar del evidente rechazo al Estado, en última instancia es en la condensación histórica de este Estado en donde se expresará la capacidad de un grupo de empresarios u otros para imponer su visión de Gamarra. Aquí se ve de nuevo esta paradoja respecto a la importancia del lazo social, que se ve nuevamente oscurecida por la concepción del Estado como un ser inmutable, burocrático e ineficiente, ante el cual no se generan antagonismos fuertes, precisamente por el debilitamiento de los sindicatos y los partidos y, en general, los bloques de carácter colectivo.

⁵⁹ Según Gramsci (1971), son la estructura y la superestructura las que componen un “bloque histórico”, es decir, la unión entre la naturaleza (estructura) y el espíritu (superestructura). En otras palabras, refirió como estructura a la base material y como superestructura a los fenómenos intelectuales y morales. Así, sugirió que de un bloque histórico surge un sistema totalitario de ideologías.

Tradición liberal

El contexto en el que conformó la idea de Estado⁶⁰ y su estructura, ha sido en su génesis resultado de una lógica liberal (Ludeña 2010), que en sí misma se reproduce bajo una lógica fragmentaria, que niega la cohesión social y destruye los sindicatos y la idea de acción colectiva. Asimismo, la flexibilidad laboral vuelve vulnerables a los trabajadores, que como se ha visto en las trayectorias de los empresarios Jóvenes, los incentiva a emprender sus propios negocios en lugar de exigir mejores condiciones laborales en las empresas.

Como también se ha visto, el uso del miedo y la inseguridad como estrategia político-económica («doctrina del shock») han sido centrales para consolidar las transformaciones económicas hacia el libre mercado, la privatización de los servicios, el recorte del gasto social y la desregulación generalizada (Klein 2008). Asimismo, de acuerdo a Ludeña (2010), ya desde los años de la Independencia era evidente la existencia de una estructura histórica de carácter liberal en Lima: informalidad, nula cohesión social e impunidad con lo delictivo y lo corrupto. Se habla de una tradición cultural ligada a la liberalidad, la informalidad y la desregulación, y que se ha logrado mantener a partir de una alianza estratégica entre las élites políticas y empresariales. Como resultado de dicha tradición liberal, así como de la

⁶⁰ Así, se entiende que países como el Perú, que han aplicado reformas institucionales que han sido importadas de países desarrollados, van a terminar por desarrollar instituciones que van a priorizar estímulos individuales por encima de los servicios públicos. Esto se explica porque no se considera la economía política que se genera localmente y que es esencial para desarrollar las instituciones. Esas instituciones importadas no se adaptan al entorno a causa de la desconfianza de quienes han asentado su poder durante su proceso de creación, ante la posibilidad de una transformación o cambio de los poderes (Bardhan 2001).

articulación entre los sectores socioeconómicos formal, informal e ilegal, se cuenta con un país fragmentado, en donde no se ha generado un cuerpo de normas de validez universal o un sistema de representaciones compartidas. En otras palabras, existe un estado social de desintegración que difunde un sentido de apatía e individualismo generalizado.

A su vez, esta relación económica y política se imprime en los espacios urbanos, que también adoptan una forma fragmentada y disgregadora y que se expresa en la propagación de *malls*, *gate communities* y *country clubs* (Díaz-Albertini 2016; Gonzales de Olarte, Del Solar y Del Pozo 2011). Esos espacios se normalizan como parte de la imagen de ciudad, que pierde su capacidad de propiciar encuentros y generar centralidades comunes. Así, esta estructura de ciudad fragmentada y privatizada deviene en la creación de centros residenciales, comerciales, productivos alternativos formados al margen del Estado, y que pueden ser construidos tanto a partir de estrategias informales auto-gestionadas como de estrategias empresariales de grandes grupos de poder, como el en el caso de Plaza Norte, un centro comercial en el distrito de Independencia, que fue construido por la Corporación EW del grupo Wong, que se invierte en múltiples centros comerciales en el país (Gestión 2016).

Así, la informalidad resulta un proceso que puede convivir con la formalidad y la ilegalidad. Esos tres sectores se encuentran articulados y permiten la convivencia simultánea de distintos tipos de actores sociales individualizados. Es por ello que la cohesión y la organización social no llegan a generar una dimensión de representación general, es decir, no se crea una

cultura compartida en la ciudad y el país. Así, se ve que Gamarra es un caso emblemático para el país (Villarán 1998), en donde se han generado redes y capitales sociales que han facilitado la conformación de una identidad compartida. Las condiciones del espacio, que encadena actividades y procesos productivos, han permitido que no sea necesario un poder centralizador, más bien, permitieron la conformación de un sistema emergente.

En esa medida, se puede entender que los empresarios como conjunto constituyeron múltiples fuerzas sociales, que cuentan con la capacidad de articular y generar estrategias para alcanzar sus metas. Sin embargo, cuentan con una profunda dificultad para conformarse como un bloque histórico unificado que genere una representatividad consolidada, que les permita imponer sus intereses y condiciones al Estado, de modo que pueda mantenerse el valor comercial generado a lo largo de los años.

BIBLIOGRAFÍA

ADAMS, Norma y Néstor VALDIVIA

- 1994 *Los otros empresarios: ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Lima: IEP.

ADWEEK

- 2017 "How Social Media Contributed to the Rise of Fast Fashion". *AdWeek*. Consulta: agosto de 2018.

<https://www.adweek.com/digital/oliver-tan-visenze-guest-pot-fast-fashion/>

ALEXANDER, Jeffrey

- 2003 *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. Oxford University Press.

ALIAGA, Lissette

- 2002a "El capital activo de los comerciantes ambulantes. Un análisis cualitativo de sus redes sociales". *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, volumen 2, número 3.

- 2002b *Sumas y restas. El capital social como recurso en la informalidad. Las redes de los comerciantes ambulantes de independencia*. Lima: Alternativa.

- 2003 "¿Qué haría yo si no tuviera capital social? Las redes sociales en los ambulantes y sus activos para la subsistencia y/o desarrollo". *Debates en Sociología*, número 28, pp. 107-131.

AMENDOLA, Giandomenico

- 1997 *La città postmoderna: magie e paure della metropoli contemporanea*. Bari: Laterza, volumen 1127.

AMÉRICA NOTICIAS

- 2016 “Gamarra: trabajadores y serenazgo se enfrentaron en el emporio comercial”. *América Noticias*. Consulta: agosto de 2018 <http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/gamarra-trabajadores-y-serenazgo-se-enfrentan-emporio-comercial-n239979>

ARELLANO, Rolando

- 2014 *Cómo nace la nueva clase media*. Consulta: agosto de 2018 <https://elcomercio.pe/opinion/rincon-del-autor/nace-nueva-clase-media-rolando-arellano-c-307664>

ARELLANO, Rolando y David BURGOS

- 2010 *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe...* Lima: Planeta-Arellano Marketing.

ARIAS, Custodio

- 2014 “Condiciones de trabajo en el Perú del siglo XXI”. En ARIAS, Custodio. *Gamarra invisible: el principal emporio del país desde la perspectiva de sus trabajadores*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Andrés: Consensos y Estudios Sociales.

ASOCIACION DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA

- 2010 *Diccionario de americanismos*. Lima: Santillana.

AVELLANEDA, Pau

- 2008 “Ciudad popular, organización funcional y movilidad”. *Cuadernos de Arquitectura y Ciudad*. Lima: Departamento de Arquitectura - PUCP.

BAER, Werner

- 1974 “The role of government enterprises in Latin America's industrialization”. En GEITHMAN, D.T. (Ed). *Fiscal policy for industrialization and development in Latin America*. Gainesville.

BALLÓN, Eduardo

2004 *Algunas notas para pensar la ciudad. Perú Hoy: La ciudad en el Perú*. Lima: Desco.

BARDHAN, Pranab

2001 "Distributive conflicts, collective action, and institutional economics". *Frontiers of development economics*, 268.

BAUMAN, Zygmunt

2004 *Work, consumerism and the new poor*. UK: McGraw-Hill Education.

BERGER, Brigitte

1993 *La moderna cultura empresarial*. México: Gernika.

BERNEDO, J.

2000 *El problema del empleo en el Perú*. Lima: CEDAL.

BONIZZI, Bruno

2013 "Financialization in developing and emerging countries: a survey". *International Journal of Political Economy*, volumen 42, número 4, pp. 83-107.

BORJA, Jordi

2003 *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.

BOURDIEU, Pierre

1988 *La distinción*. Madrid: Taurus.

- 1989 "Prólogo: estructuras sociales y estructuras mentales". En *La nobleza de Estado. Grandes Ecoles y espíritu de cuerpo*. Paris: Minuit.
- 1990 *Sociología y cultura*. México DF.: Grijalbo.
- 1997 *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- 2002 *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.
- 2008 *El sentido práctico*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- BOURDIEU, Pierre y Randal JOHNSON
- 1993 *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Cambridge: Polity.
- CALDERÓN, Julio
- 2016 *La ciudad ilegal. Lima en el siglo XX*. Lima: Punto Cardinal.
- CASTELLS, Manuel
- 1996 *The Rise of the Network Society*. Cambridge (MA): Blackwell.
- 1997 "La sociedad red". En *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Volumen 1). Madrid: Alianza.
- CASTELLS, Manuel y Alejandro PORTES
- 1990 "El mundo sumergido: los orígenes, la dinámica y los efectos de la economía informal". En *La economía informal en los países desarrollados y en los menos desarrollados*. Argentina: Planeta.

CEPLAN

- 2016 “Perú entre los países con mayor informalidad laboral en la región”. *RPP*. Consulta: febrero 2018.

https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/peru-entre-los-paises-con-mayor-informalidad-laboral-en-la-region/

CHACALTANA, Juan & Norberto GARCÍA

- 2001 Reforma laboral, capacitación y productividad: la experiencia peruana. Lima: ILO Regional Office for Latin America and the Caribbean, OIT.

CHION, Miriam

- 2002 “Dimensión metropolitana de la globalización: Lima a fines del siglo XX”. *EURE*, volumen 28, número 85, pp. 71-87.

COE, Neil, Philip KELLY y Henry YEUNG

- 2007 *Economic Geography: A Contemporary Introduction*. Oxford: Blackwell.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

- 2003 Ley N° 28015. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Lima, 3 de julio.

COTLER, Julio

- 1980 “Democracia e Integración Nacional”, Ed. IEP, Lima

- 1994 “Política y Sociedad en el Perú: Cambio y Continuidades”. *Perú Problemas*, número 23. Lima: IEP, Lima.

DAMMERT, Manuel y Fernando CARRIÓN

2016 “Los estudios urbanos en América Latina: un espejo donde mirarse”. En *La cuestión urbana en la región andina*. Quito: Pontificia Universidad Católica de Ecuador.

DAVIS, Mike

1990 *City of Quartz: Excavating the future of Los Angeles*. New York: Verso.

2006 *City of Quartz: Excavating the Future in Los Angeles*. Verso Books.

2007 “La traición del Estado”. En *Planeta de ciudades Miseria*. Madrid: Akal.

DE CERTEAU, Michel

1996 *La invención de lo cotidiano* (Vol. 1). Universidad Iberoamericana.

DE SOTO, Hernando

1986 *El otro sendero: una respuesta económica a la violencia*. Lima: Grupo Editorial Norma.

1987 *El otro sendero. La revolución informal*. Lima: Orbis.

DELGADO, Manuel

2011 Prólogo. En JACOBS, Jane. *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Capitán Swing.

2017 “Lo urbano, más allá de la ciudad”. En *El derecho a la ciudad*. Madrid: Capitán Swing Libros. Artes Gráficas Cofas, Mostoles.

DÍAZ-ALBERTINI, Javier

2012 “El espacio secuestrado. Feudos, comarcas y ferias en la Lima de principios del siglo XXI”. En *América Latina en debate. Sociedad, conocimiento e intelectualidad*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.

2016 *El feudo, la comarca y la feria. La privatización del espacio público en Lima*. Lima: Universidad de Lima. Fondo Editorial.

DiMAGGIO, Paul

2001 *The twenty-first-century firm: Changing Economic Organization in International Perspective*. Princeton University Press.

DRIANT, Jean-Claude

1991 *Las barriadas de Lima: historia e interpretación*. Lima: Institut français d'études andines (IFEA) y Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO).

DUHAU, Emilia y Angela GIGLIA

2008 *Las reglas del desorden: Habitar la Metrópoli*. México: UAM-Siglo XXI.

DURAND, Francisco

2007 *El Perú fracturado: formalidad, informalidad y economía delictiva*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.

DURKHEIM, Emile

1951 *Suicide: a study in sociology* [1897]. Spaulding, J.A. y Simpson, G. (Trads). Illinois: The Free Press.

1982 *Las formas elementales de la vida religiosa* [1912]. Ediciones Akal.

1987 *La división del trabajo social* [1893]. Ediciones Akal.

ECO, Umberto y Furio COLOMBO

1974 *La nueva edad media* (Volúmen 524). Alianza Editorial.

EL COMERCIO

2014a “Los 5 emprendedores peruanos más exitosos del empresariado”. *El Comercio*. Consulta: agosto de 2018.

<https://elcomercio.pe/economia/ejecutivos/5-emprendedores-peruanos-exitosos-empresariado-351421>

2014b “(Pre) Juicio del emprendedor, por Nano Guerra García.” *El Comercio*. Consulta: agosto de 2018.

<https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/pre-juicio-emprendedor-nano-guerra-garcia-311178>

2016a “Gamarra pedirá antidumping contra confecciones chinas”. *El Comercio*. Consulta: agosto de 2018.

<https://elcomercio.pe/economia/negocios/gamarra-pedira-antidumping-confecciones-chinas-249938>

2016b “Gamarra: 5 mil negocios desaparecen al año en emporio comercial”. *El Comercio*. Consulta: agosto de 2018.

<https://elcomercio.pe/lima/gamarra-5-mil-negocios-desaparecen-ano-emporio-comercial-260232>

2016c “La importación de ropa china crece hasta más de 3.000%.” *El Comercio*. Consulta: junio de 2016.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/importacion-ropa-china-crece-3-000-213580>

2017 “Delincuentes vestidos de policías asaltaron tienda en Gamarra”. *El Comercio*. Consulta: agosto de 2018.

<https://elcomercio.pe/lima/policiales/delincuentes-vestidos-policias-asaltaron-tienda-gamarra-432805>

FEIGE, E. L.

2003 *Defining and Estimating Underground And Informal Economies: The New Institutional Economics Approach*. EconWPA.

FEIXA, Carles

1999 *De jóvenes, bandas y tribus: antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel.

FIESSER, James

2015 "Ethics". *Internet Encyclopedia of Philosophy*. Consulta: 12 de junio de 2018.

<https://www.iep.utm.edu/ethics/>

FINOL, José Enrique

2005 "Globalización, espacio y ritualización. De la plaza pública al mall". *Espacio Abierto*, Volúmen 14, Número 4, pp. 573-588. Venezuela: Universidad de Zulia.

FISHER, Mark

2017 *Realismo capitalista ¿No hay alternativa?* Buenos Aires: Caja negra.

FLORES GALINDO, Alberto

1989 "Demonios y degolladores: el discurso de los colonizados." *Márgenes: encuentro y debate*, número 5-6, pp. 121-133. Casa de Estudios del Socialismo.

FUENZALIDA, Fernando.

1991 “Sociedad Informal, Pluralismo Étnico y Estado”. En ESAN (Ed.). *Las otras caras de la sociedad informal*. Lima.

GACITÚA, Estanislao, Carlos SOJO y Shelton DAVIS

2000 *Exclusión social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe*. FLACSO, Banco Mundial.

GALVEZ Alvaro y Alvaro GROMPONE

2017 *Burócratas y tecnócratas. La infructuosa búsqueda de la eficiencia empresarial en el Estado peruano del siglo XXI*. Lima: IEP. Biblioteca Nacional del Perú.

GAMERO, Julio

2009 “De sector informal a empleo informal: itinerario de un concepto y políticas para la superación del empleo informal”. *Trabajo y desarrollo*, número 9. Lima: PLADES.

GEERTZ, Clifford

1989 *El antropólogo como autor*. Barcelona: Paidós.

GESTIÓN

2015 “El emprendimiento en el Perú: de la necesidad a la oportunidad.” *Gestión*. Consulta: diciembre de 2014

<https://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-98626>

2016 “Corporación EW prepara tres nuevos centros comerciales”. *Gestión*. Consulta: agosto de 2018

<https://gestion.pe/economia/empresas/corporacion-ew-prepara-tres-nuevos-centros-comerciales-125267>

2017 “Sunafil y Sunat inspeccionaron cerca de 500 locales en Gamarra”. *Gestión*. Consulta: agosto de 2018

<https://gestion.pe/economia/sunafil-sunat-inspeccionaron-cerca-500-locales-gamarra-153093>

GIGLIA, Angela

2001 “Sociabilidad y mega ciudades”. *Estudios Sociológicos*, volumen XIX, número 57, pp. 799-821. México D.F.: FLACSO.

GOLTE, Jürgen

s.f. *La migración andina y la cultura peruana*. Congreso de la República del Perú (Ed.). Consulta: abril de 2011
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/1999/educacion/funcion/eventos/Expos16.html>

2001 *Cultura, racionalidad y migración andina*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

2004 “El desarrollo de las culturas andinas a partir de su inclusión al sistema mundial moderno”. En PAJUELO, Ramón y Pablo SANDOVAL (Eds.). *Globalización y diversidad cultural. Una mirada desde América Latina*. Lima.

GONZALES DE OLARTE, Efraín, V. DEL SOLAR y J. DEL POZO

2011 “Lima Metropolitana después de las reformas neoliberales: Transformaciones económicas y urbanas”. En DE MATTOS, C. y W. LUDEÑA (Eds.). *Lima-Santiago: Reestructuración y cambio metropolitano*. Pontificia Universidad Católica de Chile y Pontificia Universidad Católica del Perú, Santiago de Chile: Santiago y Lima.

GONZALES DE OLARTE, Efraín y Juan Manuel DEL POZO

2012 *Lima, una ciudad policéntrica. Un análisis a partir de la localización del empleo*. Lima: Investigaciones Regionales.

GONZALES, Julia.

2001 *Redes de la informalidad en Gamarra*. Lima: Universidad Ricardo Palma/Editorial Universitaria.

GRAMSCI, A.

1971 *Selections from the Prison Notebooks*, Lawrence & Wishart. Londres.

GRANOVETTER, Mark

1993 "The nature of Economic Relationships". En *Explorations in Economic Sociology*. New York: Russell Sage.

GUERRA-GARCÍA, Nano

2009 *Historia de María*. Lima: Grupo Editorial Norma.

2015 *Emprendedurismo, una nueva filosofía de vida*. Consulta: marzo de 2016

file:///C:/Users/SONY/Downloads/18230-72250-1-PB.pdf

HARVEY, David

1998 *La condición de la posmodernidad: investigación sobre las condiciones del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

IMAGEN GAMA

2018 "Gremio de Indumentaria Demoda Perú". Consulta: agosto de 2018
<http://demodaperu.pe/2018/06/05/gamarra-moda-plaza-se-prepara-para-su-apertura/>

INFOBAE

2018 "Gastón Acurio, el referente de la comida peruana". Consulta: agosto de 2018

<https://www.infobae.com/parati/gourmet/2018/03/25/gaston-acurio-el-referente-de-la-comida-peruana/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA [INEI]

- 1996 *Lima Metropolitana: Perfil socio-demográfico*. Lima: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática [INEI].
- 2006 *Resultados definitivos. X Censo de Población - V Censo de Vivienda*. Lima: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática INEI.

JACOBS, Jane

- 2011 *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Capitán Swing.

JESSOP, Bob

- 2017 *El Estado. Pasado, presente y futuro*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

JOHNSON, S.

- 2001 *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*. Turner Publicaciones.

KLEIN, Naomi

- 2007 *La doctrina del Shock: El auge del capitalismo del desastre*. Barcelona: Paidós.
- 2008 *La doctrina del shock: El auge del capitalismo del desastre*. Bs. As. Print: Argentina.

LA REPÚBLICA

- 2009 “El gurú de los emprendedores”. *La República*. Consulta: agosto de 2018.
- <https://larepublica.pe/archivo/395863-el-guru-de-los-emprendedores>

2013 “Gamarra: comerciantes marchan a la PCM en protesta por prendas chinas. La República. Consulta: agosto de 2018.

<http://larepublica.pe/sociedad/736411-gamarra-comerciantes-marchan-a-la-pcm-en-proteta-por-prendas-chinas>

LANDA, Janet

1993 “Cultura y empresa en los países menos desarrollados: las redes étnicas de comercios como organizaciones económicas”. En BERGER, Brigitte. *La cultura empresarial*. México: Gernika.

LAVOIE, Don

1993 “El descubrimiento e interpretación de oportunidades de ganancias: la cultura y el empresario kirzneriano”. En BERGER, Brigitte. *La cultura empresarial*. México: Gernika.

LATOURE, Bruno

2005 *Reensamblando lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

LEFEBVRE, Henri

1968 *El derecho a la ciudad*. Madrid: Capital Swing Libros. Artes Gafricanas Cofas, Mostoles.

1976 *La revolución urbana*. Madrid: Alianza Editorial.

2013 *La producción del espacio* [1974]. Madrid: Capitan Swing Libros.

LINK, Felipe y Carlos DE MATTOS

2015 *Lefebvre Revisitado: Capitalismo, vida cotidiana y el derecho a la ciudad*. RiL editores.

LUDEÑA, Wiley

2001 “Lima: transformaciones urbanas y reestructuración morfológica. Urbanismo, vivienda y centro histórico. Periodo 1990-2007”. En Ludeña, W., Fuentes, L. y De Mattos, C. *Reestructuración y cambio metropolitano*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

2010 “Lima. Reestructuración económica y transformaciones urbanas. Periodo 1990-2005”. *Cuadernos de Arquitectura*. Departamento de Arquitectura PUCP.

2011 *Lima: transformaciones urbanas y reestructuración morfológica. Urbanismo, vivienda y centro histórico. Periodo 1990-2007. Lima-Santiago: Reestructuración y cambio metropolitano*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Pontificia Universidad Católica del Perú, 65-102.

LUDWIG, Huber

1997 *Etnicidad y economía en el Perú*. Lima: IEP.

LYNCH, Nicolas.

1987 “¿Anomia de regresión o anomia de desarrollo?” En *Socialismo y Participación*, número 45. Lima.

MASSEY, Doreen

1994 *A Global Sense of Place. En Space, Place and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

MARTINEZ, Emilio

2013 “Ciudad, espacio y cotidianidad en el pensamiento de Henri Lefebvre”. En LEFEBVRE, Henri. *La producción del espacio* [1974]. Madrid: Capitán Swing.

MARTÍNEZ, José

- 2017 “El habitus. Una revisión analítica”. *Revista Internacional de Sociología*, volumen 75, número 3.

MARTUCCELLI, Danilo

- 2015 *Lima y sus arenas: poderes sociales y jerarquías culturales*. Lima: Cauces Editores.

MATOS MAR, José

- 2004 *Desborde popular y crisis del Estado: el nuevo rostro del Perú en la década de 1980* [1986]. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.

- 2011 *Las migraciones campesinas y el proceso de urbanización en el Perú*. Reports and Studies of the Section for Cultural Policies and Studies on Cultural Development.

MAYORGA, Miguel y María Pía FONTANA

- 2012 “Espacios de centralidad urbana y redes de infraestructura”. *Bitácora*, volumen 21, número 2, pp. 11-26. Consulta: noviembre de 2017
http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/29084/pdf_169

MCCLINTOCK, Cynthia y Abraham LOWENTHAL

- 1985 *El gobierno militar: una experiencia peruana, 1968-1980*. Lima: IEP.

MINISTERIO DE DEFENSA [MINDEF]

- s.f. *Beca 18*. Consulta: agosto de 2018.
https://www.mindef.gob.pe/informacion/documentos/smv_beca18.pdf

MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL [MIDIS]

- s.f. *Pensión 65*. Consulta: agosto de 2018.

<http://www.midis.gob.pe/index.php/es/pension-65>

MORA, Héctor

2010 “El método etnográfico: origen y fundamentos de una aproximación multitécnica”. *Forum: Qualitative Social Research*, volumen 11, numero 2.

MOYA-PONS, Frank

1992 *Empresarios en conflicto*. Santo Domingo: Fondo para el Avance de las Ciencias Sociales.

MORÁN, Daniel Demetrio

2003 *La informalidad en el proceso de desarrollo de las micro y pequeñas empresas textiles y de confecciones de Gamarra frente a la normatividad jurídica vigente*. Tesis para optar por el grado académico de Magister en Derecho. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

NEIRA, Hector

1987 “Violencia y Anomia”. *Rev. Socialismo y Participación*, numero 37. Lima.

OVIEDO, José

2009 *Reurbanización: oportunidad de negocio y evolución urbana para Lima Metropolitana*. Tesis (Mag.) Pontificia Universidad Católica del Perú. Escuela de Graduados. Mención: Gestión y Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias (MDI).

PANERAI, Philippe y David MANGIN

2002 *Proyectar la ciudad*. Madrid: Celeste Ediciones.

PARODI TRECE, Carlos

2000 *Perú 1960-2000: políticas económicas y sociales en entornos cambiantes*. Lima: Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.

PEREYRA, Omar

2006 “Forma urbana y segregación residencial en Lima”. *Debates en Sociología*, número 31.

PERÚ 21

2015 “INEI: Informalidad afecta al 75% de la PEA”. *Perú 21*. Consulta: febrero de 2015

<https://peru21.pe/economia/inei-informalidad-afecta-75-pea-165774>

2018 “Detienen al alcalde de La Victoria por presuntamente liderar banda criminal.” *Perú 21*. Consulta: agosto de 2018.

<https://peru21.pe/lima/victoria-detienen-alcalde-elias-cuba-presuntamente-liderar-banda-criminal-418719>

PERÚRETAIL

2015 “Jockey Plaza sumará cuatro nuevas “fast fashion” este 2015”. *PerúRetail*. Consulta: agosto de 2018.

<https://www.peru-retail.com/jockey-plaza-sumara-cuatro-nuevas-fast-fashion-este-2015/>

2018 “Se han abierto muchos malls en Perú, pero la gente hace compras hormiga y de bajo costo”. *PerúRetail*. Consulta: agosto de 2018.

<https://www.peru-retail.com/abierto-muchos-malls-peru-pero-gente-hace-compras-hormiga-bajo-costo/>

PONCE, Carlos Ramón

1994 *Gamarra: formación, estructura y perspectivas*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

POULANTZAS, Nicos

1978 *State, Power, Socialism*. Londres: Versos.

PORTER, Michael

1990 "The competitive advantage of Nations". *Harvard Business Review*, volumen 68, número 2, pp. 73-93.

PORTES, Alejandro y William HALLER

2004 *La economía informal*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL, Serie Políticas sociales.

PORTOCARRERO, Gonzalo

1993 *Los nuevos limeños: sueños, fervores y cambios en el mundo popular*. Taller de Estudios de las Mentalidades Populares (TEMPO). Lima: Sur, Tafos.

2001 "Nuevos modelos de identidad en la sociedad peruana (hacia una cartografía de los sentidos comunes emergentes)". En *Modelos de identidad y sentidos de pertenencia en Perú y Bolivia*. Lima: IEP.

2004 *Rostros criollos del mal. Cultura y transgresión en la sociedad peruana*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

PORTOCARRERO, Ricardo

2000 "El Perú Contemporáneo". En *Historia del Perú*. Lima: Lexus Editores.

PRELAC

1985 *Más allá de la crisis*. Santiago de Chile: International Labour Office.

PYMEX

- 2018 *Historias de éxito de emprendedores peruanos que te sorprenderán*. Consulta: agosto de 2018
<https://pymex.com/liderazgo/liderazgo-y-coaching/historias-de-exito-de-emprendedores-peruanos-que-te-sorprenderan>

QUIJANO, Aníbal

- 1998 *La economía popular y sus cambios en América Latina*. Lima: Mosca Azul.
- 2014a *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Buenos Aires: CLACSO.
- 2014b *Descolonialidad y buen vivir: un nuevo debate en América Latina*. Lima: Universidad Ricardo Palma, Editorial Universitaria. Cátedra América Latina y Colonialidad del Poder.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

- 2014 *Diccionario de la lengua española*. Consulta: agosto de 2018
<http://dle.rae.es/?id=aXwzDUJ>

RITZER, George

- 2003 "Islands of the living dead: the social geography of McDonalidization". *American Behavioral Scientist*, número 47, pp. 119-136.

ROBERTSON, Roland

- 2003 "Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad". En *Cansancio del Leviatán: problemas políticos de la mundialización*. Madrid: Trotta.

ROJAS, Moisés

- 2014 *Gamarra invisible: el principal emporio del país desde la perspectiva de sus trabajadores*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Andrés: Consensos y Estudios Sociales.

ROJEK, Chris y Bryan TURNER

2000 “Decorative sociology: towards a critique of the cultural turn”. *The Sociological Review*, volumen 48, número 4, pp. 629-648.

ROSALES, Raúl

2013 “El autoempleo no existe: Una cartografía ideológica de la hegemonía conceptual laboral”. *Revista de Antropología*, año VII, número 7. UNMSM.

ROSANVALLON, Pierre y Jean Paul FITOUSSI

1997 *La nueva era de las desigualdades*. Ediciones Manantial.

RPP NOTICIAS

2018a “¿Cómo es el emprendedor peruano?” *RPP Noticias*. Consulta: agosto de 2018.

<https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/como-es-el-emprendedor-peruano-noticia-1109942>

2018b “Banda presuntamente liderada por Elías Cuba amasaba S/25 millones al año en cobros ilegales” *RPP Noticias*. Consulta: agosto de 2018.

<https://rpp.pe/lima/policiales-crimenes/la-banda-liderada-por-elias-cuba-amasaba-s-25-millones-al-ano-en-cobros-ilegales-noticia-1140976>

SABATINI, Francisco, Gonzalo CÁCERES y Jorge CERDA

2001 “Segregación residencial en las principales ciudades chilenas: tendencias en las tres últimas décadas y principales cursos de acción”. *EURE*, volumen 27, número 82. Consulta: 22 de Agosto de 2017 http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612001008200002&lng=es&nrm=iso%5D

SALAS, M.

- 1992 *La ética del artesano migrante: historias de vida en Lima*. Tesis (Lic.) PUCP. Facultad de Ciencias Sociales. Mención: Sociología.

SASSEN, Saskia

- 1991 *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.

- 1994 *Cities in a World Economy*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

SCOTT, James

- 1998 *Seeing Like a State: How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*. New Haven: Yale University Press.

SETHURAMAN, S. V.

- 1981 *The urban informal sector in developing countries*. Eneva: International Labour Office.

SMITH, Adam

- 1994 *Riqueza de las naciones* [1776]. Madrid: Alianza.

SMITH, Neil

- 2009 *Después del neoliberalismo: ciudades y caos sistémico*. Observatorio Metropolitano, Raquel Rolnik, Andrew Ross, Mike Davis. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Contratextos.

STRANGE, William

- 2008 "Urban agglomeration". En DURLAUF, Steven N. y Lawrence E. BLUME (Eds.). *The New Palgrave Dictionary of Economics* (Second Ed.).

TROME

2016 “Gamarra: graban a un hijo de alcalde de La Victoria negociando “cupos” para ambulantes”. *Trome*. Consulta: agosto de 2018.
<https://trome.pe/actualidad/gamarra-graban-hijo-alcalde-victoria-negociando-cupos-ambulantes-31105>

2017 “Gamarra tendrá enorme centro comercial y abre el 2018”. *Trome*: Consulta: agosto de 2018.
<https://trome.pe/actualidad/gamarra-enorme-centro-comercial-2018-video-fotos-71536>

UN-HABITAT

2003 “The challenge of slums: Global report on human settlements”. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, volumen 15, número 3, pp. 337-338.

VAN DEN BOSSCHE, Peter

2005 *The Law and Policy of the World Trade Organization*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

VALDIVIA, Néstor

1993 “Modernidad y valores empresariales: el caso de los pequeños industriales de Lima”. En PORTOCARRERO, Gonzalo. *Los nuevos limeños*. Lima: Sur.

VEGA CENTENO, Pablo

2004 “De la barriada a la metropolización: Lima y la teoría urbana en la escena contemporánea”. En DESCO (Ed.). *Perú hoy. Las ciudades en el Perú*. Lima: DESCO.

2007 “Estratificación social: los dilemas del espacio público en Lima del siglo XXI”. En *Clases sociales en el Perú: visiones y trayectorias*. Lima: Perú: Centro de Investigaciones Sociológicas, Económicas, Políticas y Antropológicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. pp. 321-343.

2017 “La dimensión urbana de las centralidades de Lima Norte: cambios y permanencias en la estructura metropolitana”. *EURE*, volumen 43, número 129.

VERA, Natalia

2011 *Gamarra: un emporio pasado de moda en el Perú*. Consulta: 12 de septiembre de 2017

<https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/gamarra-un-emporio-pasado-de-moda-en-el-peru>

VISSER, Evert-Jan y José TÁVARA

1995 *Gamarra al garete*. Lima: Consorcio de Investigaciones Económicas.

VILLARÁN, Fernando

1998 *Pasión y gloria de la pequeña empresa*. Lima: Congreso del Perú.

WEBER, Max

1978 *Economy and society* [1922]. Buenther Roth y Claus Wittich (Eds.)

2003 *La ética protestante y el "espíritu" del capitalismo* [1904]. Madrid: Alianza Editorial.

ŽIŽEK, Slavoj

2008 ¿Cómo se inventó Marx el síntoma?. Buenos Aires: FCE.

ANEXOS

Anexo 1

	Estrategia de la reivindicación	Estrategia de la privatización
Empresarios empíricos	«Pioneros»	«Nuevos Pioneros»
Empresarios jóvenes	«Segunda Generación»	«Nueva Generación»

Fuente: Elaboración propia.

