

---

## redes sociales y desarrollo económico en el Perú: los nuevos actores<sup>1</sup>

ludwig huber / andreas steinhauf

---

El crecimiento irregular de las ciudades y la crisis que arrastró el país en los últimos veinte años, dos fenómenos entrelazados entre ellos, han motivado una serie de interpretaciones que perciben al Perú como sociedad de masas o en proceso de masificación, es decir como aglomeración anómica de individuos sin lazos sólidos entre ellos<sup>2</sup>. Según estas interpretaciones, estaríamos frente a un proceso generalizado de individualización, lamentado por muchos que ven evaporarse sus sueños colectivistas y celebrado por otros que, como el escritor-candidato que quería convertir el Perú en una Suiza, equiparan modernidad con individualidad<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Este artículo resume algunos resultados preliminares de un proyecto de investigación sobre redes sociales y desarrollo socioeconómico en el Perú, a cargo de la Universidad Libre de Berlín. Agradecemos a la *Deutsche Forschungsgemeinschaft* por el financiamiento del proyecto.

<sup>2</sup> Véase por ejemplo HUSSON, Patrick: «Democracia vs. totalitarismo: el impacto político de la 'masificación' de la sociedad peruana contemporánea», en *Democracia, etnicidad y violencia política en los países andinos*, Lima, Instituto Francés de Estudios Andinos (IFEA) e Instituto de Estudios Peruanos (IEP), 1993; NEIRA, Hugo: «Violencia y anomia: reflexiones para intentar comprender», en *Socialismo y Participación* N° 37, pp. 1-11, 1987; y PÁSARA, Luis: «La 'libanización' en democracia», en Luis Pásara y Jorge Parodi (eds.): *Democracia, sociedad y gobierno en el Perú*, Lima, CEDYS, 1988.

<sup>3</sup> Ver VARGAS LLOSA, Mario: «El precio de ser moderno», prólogo para Juan Ossio Acuña, *Las paradojas del Perú oficial. Indigenismo, democracia y crisis estructural*, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), 1994. Ver también FUENZALIDA VOLLMAR, Fernando: «Sociedad informal, pluralismo étnico y Estado», en Alejandro Toledo y Alain Chanlat (eds.), *Las otras caras de la sociedad informal. Una visión multidisciplinaria*, Lima, ESAN/IDE, HEC, 1991.

Nuestra idea es otra. Por un lado, estamos convencidos de que la modernización no necesariamente debe pasar por la individualización, como lo han demostrado sobre todo Japón y los «tigres» asiáticos, pero también casos como la «Tercera Italia»<sup>4</sup> y las economías étnicas en los países industrializados<sup>5</sup>. Por otro lado, pensamos que en el fondo existe algo que sí da cierta solidez a la sociedad peruana, aun cuando las instituciones que normalmente conectan a los individuos con organizaciones están subdesarrolladas y/o funcionan mal: a saber, redes sociales que canalizan el intercambio de recursos y facilitan la acción colectiva.

Basándonos en nuestro trabajo de campo, queremos demostrar cómo un determinado tipo de redes sociales es utilizado concientemente para buscar el progreso económico. Aunque existen otros tipos de redes muy importantes que formaron parte de nuestro estudio, por razones de espacio nos limitaremos a las redes étnicas.

\*\*\*\*\*

### Los nuevos actores en la economía peruana

Cincuenta años de migración han cambiado el rostro del Perú. No solamente han transformado un país rural en uno eminentemente urbano, sino que a la vez han debilitado rigurosamente un orden de estratificación social, acuñado en la época colonial y basado en criterios étnico-culturales: los descendientes de los invasores europeos dominaban las posiciones claves tanto económicas como político-administrativas, Estado inclusive, mientras que las mayorías nativas carecían de los derechos fundamentales de ciudadanía.

Este orden social se ha vuelto obsoleto. Es evidente la incapacidad del Estado para mantener las prerrogativas de la clase social que lo había utilizado como instrumento de coerción extraeconómica frente a la población indígena; es evidente también su incapacidad de entablar —en vista de la ausencia de una burguesía nacional capaz o dispuesta a impeler el desarrollo del país—, por su parte, un proceso de industrialización

<sup>4</sup> BAGNASCO, Arnaldo: *Tre Italie: La problematica territoriale dello sviluppo italiano*. Bologna, Il Mulino, 1977.

<sup>5</sup> BOISSEVAIN, Jeremy; Jochen BLASCHKE, Hanneke GROTENBREG, Isaac JOSEPH, Ivan LIGHT, Marlene SWAY, Roger WALDINGER y Pnina WEBNER: «Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies», en Roger Waldinger, Howard Aldrich y Robin Ward (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Newbury Park, Londres, Nueva Delhi: Sage Publications, 1990; WARD, Robin y Richard JENKINS (eds.): *Ethnic communities in business. Strategies for economic survival*. Cambridge, Londres, etc., Cambridge University Press, 1984.

apto para absorber la mano de obra sobrante que desde los años cuarenta afluye a las ciudades. En estas circunstancias, los migrantes se ven obligados a crear sus propias fuentes de ingreso y forman lo que habitualmente se denomina el «sector informal» de la economía peruana.

Teófilo Altamirano<sup>6</sup> y César Rodríguez Rabanal<sup>7</sup> han descrito con competencia y sensibilidad las deplorables condiciones de vida de migrantes en pueblos jóvenes; y con toda razón, pues es la triste realidad que la mitad de la población peruana vive en condiciones de extrema pobreza. Sin embargo, si queremos entender la dinámica de la sociedad peruana no podemos ignorar la otra cara de la moneda: fenómenos como Gamarra en La Victoria o El Porvenir en Trujillo, casos que vamos a presentar más adelante, y ejemplos más aislados como aquella comunidad puneña cuyos migrantes acaban de comprar un terreno en el Rímac por poco menos de dos millones de dólares.

Es decir, también hay migrantes que pelean con éxito espacios en el mercado capitalista, y precisamente ellos son los protagonistas de nuestro estudio. Son campesinos expulsados de sus tierras por la presión demográfica, la falta de perspectiva, la miseria; pero a contrapelo del fatalismo casi patológico del campesinado, postulado en un sinnúmero de estudios sobre modernización, han progresado con un espíritu empresarial único en la historia del Perú, adaptando su trasfondo cultural al ámbito urbano: ciertos conocimientos que pueden explotar, una alta flexibilidad para acomodarse al mercado, y sobre todo la solidez de sus redes sociales y una impresionante ética de trabajo. Los hemos denominado los «nuevos actores» de la economía peruana.

Su ejemplo confirma la ligereza de afirmaciones como que «los migrantes de los Andes están irremediabilmente condenados a sobrevivir en un sector periférico, inorgánico y no integrado de la sociedad, y a engrosar sus plétóricos efectivos»<sup>8</sup>. Y es más: a nuestro juicio, representan el sector más dinámico de la sociedad y la economía peruanas, capaz de darle un rumbo específico al país hacia lo que podríamos llamar un «capitalismo autóctono» o «capitalismo andino» como Golte<sup>9</sup> lo llama, sólo para diferenciarlo de alguna manera del capitalismo «tradicional» que

<sup>6</sup> ALTAMIRANO, Teófilo: *Cultura andina y pobreza urbana. Aymaras en Lima Metropolitana*, Lima, PUCP, 1988.

<sup>7</sup> RODRÍGUEZ RABANAL, César: *Cicatrices de la pobreza. Un estudio psicoanalítico*, Caracas, Editorial Nueva Sociedad, 1988.

<sup>8</sup> FAVRE, Henri: «Reforma agraria y etnicidad en el Perú durante el gobierno revolucionario de las Fuerzas Armadas (1968-1980)», en *Cuadernos Americanos*, año 5, vol. 6, N° 30, 1991, pp. 23-49.

<sup>9</sup> GOLTE, Jürgen: «Polanyi, la Gran Transformación. y un capitalismo andino», en Rafael Varón (ed.), *Libro de homenaje a María Rostworowski*, Lima, IEP, 1996.

era básicamente un capitalismo importado con los peruanos como lugartenientes del capital internacional<sup>10</sup>.

A nuestro parecer, lo que estamos presenciando es un proceso específico que no se deja entender tomando como referencia el desarrollo del capitalismo en otras regiones del mundo. Es decir, estamos frente a un proceso que, como cualquier actividad económica, está «insertado» («*embedded*») en el trasfondo sociocultural de sus protagonistas<sup>11</sup>, en este caso de los migrantes provincianos en las ciudades.

En una cultura colectiva como la andina, con formas de organización de la producción muy complejas y basadas en relaciones personales a diferentes niveles, la inserción de actividades económicas en estructuras sociales significa que también en el proceso de la integración en la ciudades y en la formación de sus empresas, los migrantes confían en lo que más conocen: la solidez y previsibilidad de relaciones sociales, al menos en los inicios, sobre todo en relaciones «primordiales» o étnicas. Tratamos con un proceso de integración a las ciudades y al mercado que el historiador Charles Tilly<sup>12</sup> llama «redes trasplantadas», en este caso del contexto rural al contexto urbano.

Dicho de otra manera: por lo general, los migrantes empiezan con poco o nada de capital económico (Coleman lo llama el «capital físico») y con escasos conocimientos, de modo que también el capital humano es muy deficiente. Pero lo que sí traen es lo que autores como Pierre Bourdieu, James Coleman, Larissa Adler Lomnitz, Ronald Burt<sup>13</sup> y otros han denominado el capital social, es decir relaciones (o redes) sociales que al igual que las otras formas del capital pueden influir positivamente en procesos económicos. Es precisamente su capital social el factor económico más importante al iniciar sus empresas que les permite superar las deficiencias en el acceso a capital económico y en la formación del capital humano.

<sup>10</sup> COTLER, Julio: *Clases, estado y nación en el Perú*, Lima, IEP, 1978.

<sup>11</sup> GRANOVETTER, Mark: «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness», en *American Journal of Sociology* 91, N° 3, 1985, pp. 481-310; POLANYI, Karl: *The Great Transformation*, Nueva York, Holt y Rinehart, 1944.

<sup>12</sup> TILLY, Charles: «Transplanted Networks», en Virginia Yans-McLaughlin (ed.), *Immigration Reconsidered. History, Sociology, and Politics*, Nueva York, Oxford, Oxford University Press, 1990.

<sup>13</sup> BOURDIEU, Pierre: «The Forms of Capital», en John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Nueva York, Greenwood Press, 1986; COLEMAN, James S.: «Social Capital in the Creation of Human Capital», en *American Journal of Sociology* N° 94, Suplemento: S95-S120, 1988; LOMNITZ, Larissa: *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*, México, Flacso y Miguel Ángel Porrúa, 1994; y BURT, Ronald S.: «The Social Structure of Competition», en Richard Swedberg (ed.), *Explorations in Economic Sociology*, Nueva York, Russell Sage Foundation, 1993.

Dos aspectos son cruciales en este contexto: la confianza y la motivación. El rol sobresaliente de la confianza en la economía es, hoy en día, indiscutido. El mismo Francis Fukuyama ha dedicado últimamente un voluminoso libro al tema, en el que confirma que

«la eficiencia económica más grande no fue necesariamente lograda por individuos racionales egoístas, sino más bien por grupos de individuos que, debido a una comunidad moral preexistente, son capaces de trabajar eficazmente en conjunto»<sup>14</sup>.

La motivación, por su lado, está tallada en el ámbito cultural del individuo. Como bien observa Boissevain<sup>15</sup> «Diferentes metas de la vida pueden [...] influir en los esfuerzos invertidos en trabajo; estas metas, en gran medida, son condicionadas culturalmente». En este sentido, las redes sociales de un actor, elemento fundamental en su afán de conseguir sus metas en la vida, son indicadores simultáneos de oportunidades y motivaciones empresariales<sup>16</sup>.

La motivación de las poblaciones andinas para «seguir adelante», su «mito del progreso»<sup>17</sup>, está bien documentada y tiene muchas expresiones: movimientos sociales por tierra, educación, trabajo, vivienda, derechos ciudadanos<sup>18</sup>, por un lado; su ética de trabajo<sup>19</sup> y su «cultura empresarial»<sup>20</sup>, por el otro. Es sin duda una fuerza motriz potente para los esfuerzos económicos de los migrantes, comprobada mil veces durante nuestro trabajo de campo.

En este sentido, queremos presentar a las redes sociales de nuestros protagonistas como un modelo específico de desarrollo y crecimiento. Tal enfoque implica una visión de sus integrantes no tanto como personas reactivas ante determinada coyuntura sino como actores que construyen y utilizan racional y exitosamente relaciones sociales para sus fines individuales, por cierto

<sup>14</sup> FUKUYAMA, Francis: *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Londres, Hamish Hamilton, 1995, p. 21.

<sup>15</sup> BOISSEVAIN, Jeremy: «Small entrepreneurs in contemporary Europe», en Roger Waldinger, Howard Aldrich y Robin Ward (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Newbury Park, Londres, Nueva Delhi, Sage Publications, 1984, p. 36.

<sup>16</sup> BURT, Ronald S.: «The Social Structure of Competition», ob. cit., p. 91.

<sup>17</sup> DEGREGORI, Carlos Iván: «Del mito de Inkari al 'mito' del progreso: poblaciones andinas, cultura e identidad nacional», en *Socialismo y Participación* N° 36, 1986, pp. 49-56.

<sup>18</sup> DEGREGORI, Carlos Iván: «El aprendiz de brujo y el curandero chino», en Carlos Iván Degregori y Romeo Grompone, *Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia en dos vueltas*, Lima, IEP, 1991, p. 107.

<sup>19</sup> ADAMS, Norma y Néstor VALDIVIA: *Los otros empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima*, Lima, IEP, 1991.

<sup>20</sup> GOLTE, Jürgen: «El Perú y los países ex-socialistas de Europa Central y Oriental», en *Argumentos* N° 6, 1993, p. 12.

en un contexto social que da forma a esta racionalidad. Veremos que las redes locales y de larga distancia no sólo son perfectamente compatibles con la economía de mercado, sino que son mecanismos que permiten competir con éxito en ella y aventajar, en ciertas circunstancias, a las economías formales.

Nos asociamos, entonces, a la metodología «estructural» propuesta por Wellman<sup>21</sup>. Este enfoque trata de explicar la conducta y las instituciones sociales a través de las relaciones entre actores concretos, trátense de personas u organizaciones, sin restarle importancia al trasfondo sociocultural de estos actores: «las personas son miembros tanto de redes como de categorías»<sup>22</sup>. Nos parece la manera adecuada de demostrar que todas las supuestas leyes de la economía son, en última instancia, creaciones humanas y que «el mercado anónimo de los modelos neoclásicos es virtualmente inexistente en la vida económica»<sup>23</sup>. Lo vamos a demostrar brevemente con algunos ejemplos empíricos.

## Artesanos de la costa norte

No existe feria en el país donde no haya por lo menos un puesto surtido con artesanía fácilmente distinguible como norteña: sombreros y canastas de Catacaos o Monsefú, artículos de madera elaborados en un algún taller en Castilla (Piura), dulces como los famosos «kinkones» de Trujillo, algarrobina piurana, etcétera. Es casi seguro que la vendedora y el vendedor también habrán nacido bajo el ardiente sol del norte. Esta es la gente con la que vamos a tratar primero: los artesanos y comerciantes que recorren el país en busca de algún comprador y que en nuestro caso vienen de un solo lugar: Monsefú.

La comunidad campesina San Pedro de Monsefú —en realidad un centro urbano con un total de habitantes que va de 15 mil a 20 mil— se encuentra a 18 kilómetros de la ciudad de Chiclayo. Aparte de la agricultura, la mayoría de los pobladores se dedica a la artesanía. Predominan el trabajo con paja; el tejido de manteles, hamacas, individuales, etcétera; y el bordado de estos tejidos. Esta dedicación de los monsefuanos a la artesanía es parte integral de una herencia cultural, transferida

<sup>21</sup> WELLMAN, Barry: «Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance», en B. Wellman y S. D. Berkowitz (eds.), *Social Structures: a Network Approach*, Cambridge, University of Cambridge Press, 1988.

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 32.

<sup>23</sup> GRANOVETTER, Mark: «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness», *ob. cit.*, p. 495.

de generación a generación a través de los siglos. Hoy en día, sin embargo, los monsefuanos no sólo destacan como productores sino también como comerciantes de artesanía.

Presentamos en las siguientes líneas el caso de una familia monsefuana que nos mostrará el funcionamiento de los lazos familiares en el desenvolvimiento económico; la dinámica de las redes entre destino de migración y lugar de origen, así como entre artesanos y comerciantes del norte en general; el grado de movilidad de los comerciantes; y finalmente el esparcimiento de las redes fuera del ámbito de la familia y del paisanaje.

La familia Pérez es muy conocida en todos los círculos que están en contacto con la artesanía norteña como una de las mejor establecidas en el negocio. Como tal, es una pieza clave de las relaciones que se establecen entre artesanos y comerciantes de la región y muestra la forma en que los miembros de una familia —y de paso otros integrantes de la comunidad monsefuana— se ubican estratégicamente en diferentes ciudades del país.

Cuatro generaciones de la familia Pérez se ocupan actualmente del oficio. En la primera generación tenemos a la nonagenaria Victoria Prado, quien vive en Monsefú y es, se puede decir, la fundadora del negocio familiar. Ella comenzó a tejer cuando tenía nueve años. Cuando era una niña, una tía la llevó a Ferreñafe a vender sus productos. Años más tarde, ya casada, vendía con su suegra en Chiclayo, y finalmente llegó a Lima invitada por el gobierno a una feria para ofrecer artesanía monsefuana.

Desde muy temprano ella introdujo a sus hijos en el negocio. Actualmente ubicamos en la segunda generación, entre otros, a sus hijos Feliciano y José<sup>24</sup>. Feliciano tiene una tienda en Lima, en uno de los mercados artesanales en la avenida La Marina, donde trabaja con una hija y con un joven ayudante, a quien ha traído de Monsefú. Antes de establecerse definitivamente en la capital, Feliciano acompañaba a su madre cuando ella viajaba vendiendo artesanía a ciudades norteñas como Talara, Tumbes, Piura y Sullana, y más tarde también a Lima.

Feliciano se estableció en Lima con su esposa en la década de 1940. Su madre le enviaba mercadería de Monsefú y él viajaba cada quince días a su pueblo natal para comprar. Para comenzar su negocio, recibió la ayuda de familiares y amigos que le prestaban el dinero necesario.

<sup>24</sup> Para no perdernos demasiado en detalles, mencionamos solamente algunos miembros de la familia Pérez en el negocio de los artesanos. Es decir, hemos dejado de lado toda una serie de parientes de segundo grado. Sin embargo, esperamos que queden claros el panorama de la ampliación del negocio a través de la migración y la función de las redes sociales.

Una vez instalado, Feliciano estimuló la salida de otros familiares: vienen a Lima por ejemplo sus hermanos Luciano (fallecido hace algunos años) y José, así como una serie de otros paisanos. El flujo de información entre coétnicos inicia una migración en cadena:

«... ellos han sabido y nos han dicho “están ustedes en Lima, y qué tal, como anda el negocio”, bueno, entonces nosotros hemos dicho “está muy bien, por qué no van ustedes también, vayan, Lima es grande, pueden hacer ustedes también su mismo negocio”» (Feliciano Pérez).

Actualmente Feliciano se abastece de canastas, bordados, tejidos y sombreros en el mismo Monsefú; en Castilla (Piura), de todo lo que es artesanía de zapote<sup>25</sup>; en Catacaos, sobre todo de abanicos y sombreros de chalán; y en Trujillo, de dulces. Esto demanda constantes viajes a Monsefú, donde Feliciano recorre primero los artesanos de su propia familia, y a Castilla, donde ha establecido relaciones de amistad y larga duración con los productores.

Con el tiempo entraron al oficio también los hijos de Feliciano. Una de sus hijas está en Lima y le ayuda en el negocio; otro hijo suyo vive actualmente en Iquitos, donde llegó llevando artesanía a una feria; allí conoció a su esposa, una artesana del lugar. Así, también la nuera de Iquitos abastece a Feliciano con artesanía de la selva; él por su parte envía productos norteños a Iquitos.

Feliciano cuenta que las ferias son mucho más rentables que la misma tienda y que en la actualidad es una necesidad «recorrer los sitios» en busca de nuevos mercados. Al igual que los otros artesanos de su tierra, transita constantemente por todo el país. Es un verdadero trajín, enlazado al calendario de las fiestas más importantes.

Su hermano José también comenzó a vender artesanía por iniciativa de la madre. Se inició en 1965, cuando sólo vendía sombreros de paja y algunos tejidos de su mamá. La madre respondía por él, garantizándolo ante comerciantes con los que ella ya tenía una larga relación de confianza. Luego, José migró por tres años a Trujillo, comercializando la misma mercadería. En 1974 llegó a Lima, donde se estableció con el apoyo de su hermano Feliciano. Pero antes de migrar a la capital se casó con una chiclayana, que también proviene de una familia de artesanos. Ambos introdujeron al negocio artículos de madera guayacán, fabricados por los tíos de la esposa.

<sup>25</sup> Zapote (*Cappas Angulata*) es un tipo de madera cuya consistencia permite la elaboración de múltiples objetos de uso y adorno con relativa facilidad.



Para entonces, un sobrino de Feliciano y José, Manuel Pérez, había entrado en contacto con los artesanos de zapote en Castilla (Piura). Al conocer también José a los artesanos de Castilla, se dedicó de allí en adelante exclusivamente a la compraventa de zapote, convirtiéndose así en uno de los mejores clientes de los artesanos piuranos. Con los talleristas de Castilla entabló relaciones de confianza de largo plazo —de amistad, según él— que dieron inicio al crecimiento de su negocio.

Los productores en Castilla forman parte importante de las redes de los comerciantes monsefuanos. La limitación local de la producción, condicionada por el hecho de que la materia prima se encuentra sólo en el extremo norte del Perú, y la restricción del mercado a un grupo específico de intermediarios, han permitido el desarrollo de una relación particular entre productores y comerciantes. En algunos casos, los intermediarios monsefuanos financiaron a los productores el primer motor para independizarse, creando de esta manera aquella relación estable y de confianza que persiste hasta hoy. Hemos encontrado también un monsefuano que se instaló durante varios años en Castilla para establecer su propio taller.

Mientras que en Lima José y Feliciano se dedican sobre todo a la comercialización de artesanía de fibra vegetal y de zapote, sus sobrinos Miguel (en Lima) y Manuel (en Trujillo) se ocupan mayormente de la venta de dulces típicos norteños («kinkones», por ejemplo), además de la artesanía de paja y madera.

Manuel Pérez tiene un puesto en el Mercado de Artesanía y Pequeña Industria de Trujillo. Él se inició aprendiendo el negocio de su padre (el ya fallecido Luciano Pérez, hermano de Feliciano y José), a quien acompañaba a Lima para vender. Además, su padre lo mandaba a las ciudades del norte como Chiclayo, Pacasmayo y Trujillo. Más tarde, cuando ya trabajaba por su cuenta, Manuel se quedó medio año en Arequipa, a donde llegó para participar en una feria. Primero alquiló un puesto y luego compró dos acciones en el Campo Ferial Mercaderes, en pleno centro de la ciudad. En ese entonces tenía un joven ayudante de Monsefú, Víctor Martínez, a quien traspasó una de sus acciones; la otra la alquiló cuando finalmente se estableció en Trujillo. Víctor Martínez se independizó con la ayuda de Manuel Pérez y se quedó en Arequipa; también «heredó» las relaciones con los talleristas en Castilla, ya que Manuel Pérez respondía por él. De manera parecida, aunque independientemente de la familia Pérez, se establecieron cinco o seis otras familias monsefuanas en Arequipa.

En las ferias desarrolladas en el sur del país, Manuel se dio cuenta de la demanda que tenían los «kinkones». Fue a partir de entonces que los incluyó en su negocio; poco después

también lo harían sus tíos y su hermano. Compra los dulces en distintas fábricas de Trujillo, Lambayeque y Chiclayo, y los vende en su puesto y en las ferias. Su recorrido para abastecerse de los demás productos artesanales es el ya descrito para los casos de sus tíos (abanicos en Catacaos, tejidos y canastas en Monsefú, zapote en Castilla).

Miguel Pérez, hermano de Manuel, cuya historia es muy parecida a la de sus familiares, tiene un puesto de artesanía en el mercado de Breña, Lima. Cuando viaja a las ferias en el interior del país, deja el negocio a cargo de un ayudante; toda su mano de obra la trae del norte, «porque hay más confianza».

La hija de Manuel, Josefa, representa la cuarta generación de artesanos de la familia Pérez. También ella fue introducida al oficio por sus padres. Se independizó en el comercio casándose con un monsefuano que también proviene de una familia de artesanos. Los dos comenzaron con la venta de dulces y de los productos artesanales típicos de Monsefú, y poco a poco fueron ampliando su gama de mercadería. Ahora disponen de tres puestos de venta: en Trujillo, donde ellos mismos venden; en Chiclayo, puesto que está a cargo de una sobrina; y en Monsefú mismo, donde atiende una cuñada de Josefa. Consiguen parte de los productos a través del trabajo artesanal de la familia del esposo.

Ahora bien: si observamos el cuadro de la familia Pérez, resalta el hecho de que, desde la primera generación hasta la tercera, el número de personas que forman parte del negocio de la artesanía ha crecido de manera constante y su esparcimiento geográfico se ha extendido. Cuando Victoria Prado era la única de la familia que se dedicaba al comercio de artesanía, actuaba solamente en Monsefú, Chiclayo y esporádicamente en Lima. En la segunda generación encontramos a sus hijos establecidos de manera permanente en la capital. En la tercera generación, el área de esparcimiento incluye Monsefú, Trujillo, Lima, Arequipa e Iquitos. En cambio, en la cuarta generación sólo ubicamos hasta ahora a Josefa Pérez. Aquí parece encontrar sus límites la extensión geográfica de la familia relacionada con la comercialización de artesanía.

Las redes sociales de los actores que acabamos de describir mediante el ejemplo de la familia Pérez son sumamente variables y cambian en cuanto a dirección y función, de acuerdo con las circunstancias, las metas alcanzables y los cambios de estrategias. Si bien las decisiones sobre cambios, movilizaciones y concentraciones de fuerza de trabajo se toman en la familia, esto no significa que no ingresen a las redes otras personas y grupos. El modelo del entrelazamiento suprarregional se desarrolla a partir de una lógica y experiencia locales, y a través de la

redes y desarrollo económico



ampliación de esas redes locales se crean otras de menor importancia a nivel étnico; es decir, integran personas del mismo grupo de origen, pero también se amplían hacia otros grupos.

Es sobre las redes familiares (familia nuclear y extendida) y las redes «heredadas» que se desarrolla la introducción y posterior ampliación de los negocios que emprenden los individuos. Las relaciones étnicas se afirman así como recurso en los procesos de aprendizaje e independización y también como reserva de mano de obra. De tal manera familia, parentesco y paisanaje son recursos que ofrecen acceso a nuevos vínculos con comerciantes y productores. Al interior de las redes hay un flujo constante de mercadería, información y fuerza de trabajo.

Las ferias juegan un papel fundamental en la ampliación de las redes a través del intercambio de productos entre artesanos de todo el país. Muchas veces la artesanía de un puesto bien surtido en la avenida Petit Thouars en Miraflores, en el Centro Artesanal de Monsefú o en la calle Comercio en Catacaos se ha conseguido a través del intercambio, y las relaciones correspondientes han sido entabladas en las ferias.

Si bien normalmente esas relaciones no tienen la misma consistencia y solidez que entre los mismos paisanos, sí se puede notar cada vez más que se van creando lazos sólidos entre artesanos de diferentes regiones por intermedio del matrimonio. Hemos mencionado el ejemplo del hijo de Feliciano Pérez, casado con una artesana de Iquitos. Como el suyo, encontramos otros matrimonios de monsefuanos con artesanos de Huacho, Ayacucho, Cajamarca y Huancayo.

Tal como la migración, estos matrimonios traen consigo la posibilidad de ampliar el mercado. Como lo pudimos apreciar en el ejemplo reseñado, y como lo encontramos en otros casos, se da una constante búsqueda de nuevos mercados en diferentes lugares del país, búsqueda que muchas veces termina en la residencia permanente en la localidad y que permite mejorar el negocio. En tal sentido, podemos hablar de una migración estratégica. Hemos encontrado artesanos-comerciantes monsefuanos en las ciudades más importantes a lo largo de la Panamericana: Chiclayo, Trujillo, Lima, Arequipa y periódicamente también en Piura. Desde sus destinos de migración, ellos visitan permanentemente las ferias que se desarrollan en el interior del país, de modo que están de viaje varios meses del año.

Ahora bien: pese a una ampliación constante de las redes y un notable crecimiento económico de algunos de sus integrantes, este incremento tiene obviamente límites, causados, en el caso del zapote, por la escasez de materia prima, pero también —y esto vale para toda la artesanía norteña— por una creciente competencia de comerciantes en los mercados y las ferias. Es

posible que a consecuencia de ello se haga notoria una tendencia hacia la profesionalización de los hijos. De todas maneras, un efecto obvio de la creciente competencia es la permanente reorientación espacial de las redes.

En el ejemplo de los Pérez, en el lapso de ya cuatro generaciones, es posible observar los virajes en la producción y en la comercialización de artesanía y, junto a ellos, un crecimiento de las redes, involucrando primero a otros norteños y luego a gente de fuera de la región. Se trata, en realidad, de redes múltiples, también en cuanto a significación y densidad: redes familiares, étnicas y de amistad, pero en todo caso con una importancia económica que ha permitido cierto crecimiento del negocio. Alrededor de un núcleo de «átomos», no necesariamente vinculados entre ellos, los monsefuanos tejen complejas estructuras de interacción que cambian según las necesidades del caso.

La lealtad y la solidaridad, que se reflejan en relaciones de confianza, cobran importancia en este contexto. Por un lado, esas lealtades surgen en el contexto de origen de nuestros actores y, de este modo, son relaciones que contienen todo un bagaje sociocultural; pero, por otro lado, se originan también fuera de este espacio, como por ejemplo cuando los comerciantes monsefuanos entablan relaciones de larga duración y confianza con los talleristas de Castilla.

\*\*\*\*\*  
**Machinos en El Porvenir**

Acabamos de describir un caso basado en un nicho económico favorecido por los conocimientos heredados de generaciones anteriores, pero que tiene sin duda límites para su crecimiento. El comercio con zapote o paja no es arbitrariamente extendible, menos por la falta de demanda que por la restringida disponibilidad de materia prima.

Nuestro segundo ejemplo trata entonces de un mercado más competitivo, en el que los «otros empresarios»<sup>26</sup> pelean exitosamente espacios con empresas formales mucho más grandes: las pequeñas y medianas industrias de calzado en Trujillo-El Porvenir.

Los 2 mil 500 a 3 mil talleres que se encuentran actualmente en El Porvenir abastecen alrededor del 35% del mercado nacional<sup>27</sup>. Además hay una densa red de diferentes actividades

<sup>26</sup> ADAMS, Norma y Néstor VALDIVIA: *Los otros empresarios*, ob. cit.

económicas alrededor de la producción de calzado. Una cadena de créditos une a curtiembres, almacenes de insumos, productores y clientes; en el mercado La Unión, en Trujillo, se han establecido migrantes de la sierra sur y central para comercializar insumos; algunos talleres se han especializado en una determinada tarea, por ejemplo el perfilar, y prestan servicios a los productores; familias enteras trabajan al destajo (o sea a través de la subcontratación) para los fabricantes más grandes; diseñadores copian los modelos de revistas italianas para sus clientes; y un ejército de jóvenes se ofrece como mano de obra para las temporadas altas como Fiestas Patrias, Navidad o la campaña escolar.

Es por esta concreción de diferentes actividades económicas alrededor de una actividad principal que Távара<sup>28</sup> equipara El Porvenir con el concepto del «distrito industrial» acuñado por el economista inglés Alfred Marshall (1842-1924) a fines del siglo pasado. Inicialmente concebido como «un área geográfica en la cual se concentran grupos de trabajadores calificados en determinada actividad»<sup>29</sup>, el economista italiano Giacomino Becattini define el distrito industrial como un sistema socioterritorial de empresas sostenido por «una red compleja e intrincada de economías y deseconomías externas, de costos asociados, de vestigios históricos y culturales, que envuelve tanto las relaciones interpersonales como las relaciones entre empresas»<sup>30</sup>.

Ahora bien: aunque el concepto del distrito industrial sin duda es muy útil para señalar las relaciones entre empresas, no nos dice mucho sobre cómo estas empresas están organizadas internamente. Y es precisamente en este segundo aspecto, es decir en el proceso de aprendizaje, independización y organización de la producción, donde las redes familiares y étnicas tienen más peso.

Para demostrar la importancia de vínculos de parentesco y de paisanaje en el proceso de aprendizaje e independización en el oficio del calzado, hemos escogido un grupo que se distingue por su conspicua presencia entre los pequeños y medianos empresarios y cuya integración en la costa fue facilitada por conocimientos adquiridos en la sierra: los migrantes del pueblo de Mache, ubicado a unos 3.200 msnm en la provincia de Otuzco, departamento de La Libertad.

<sup>27</sup> MÉNDEZ, Marina: «La pequeña industria en El Porvenir-Trujillo», tesis, Universidad Nacional de Trujillo, 1988, p. 53.

<sup>28</sup> TÁVARA, José L.: «La economía política de los distritos industriales. El caso de El Porvenir», en *Pretextos* N° 5: 141-163, Lima, Desco, 1993, y *Cooperando para competir. Redes de producción en la pequeña industria peruana*, Lima, Desco, 1994.

<sup>29</sup> TÁVARA, José L.: *Cooperando para competir*, ob. cit., p. 35.

<sup>30</sup> Citado en TÁVARA, *Cooperando para competir*, ob. cit., p. 17.

La notoria presencia de los machinos entre los productores de calzado en El Porvenir se debe al hecho de que ya en el pueblo de Mache existían desde varias décadas atrás algunos pequeños talleres que producían zapatos para las vecinas provincias serranas. Cuando se establece y extiende la «escuela trujillana de calzado», les es fácil acomodarse; llegan con todas sus maquinarias y herramientas y sólo tienen que adaptarse a los gustos de la costa.

Cuando todavía producían en la sierra, la mayoría de los zapateros se abastecía de materia prima en Trujillo. De esta manera se establecían, ya antes de que comenzaran las olas migratorias, contactos importantes entre las familias dedicadas a la zapatería en Mache y las curtiembres y los almacenes de insumos. Estos contactos serían aprovechados por los migrantes machinos años más tarde para conseguir créditos que facilitaron significativamente su arranque empresarial en la costa.

Como en muchas otras partes del Perú, el proceso de migración hacia la costa se multiplicó a partir de los años setenta. El móvil principal fue la educación de los hijos, porque en ese entonces no había colegio secundario en Mache. Una vez llegados a El Porvenir, la inserción a la producción de calzado adquiría la característica de un cierto automatismo; era lo más oportuno dada la experiencia acumulada en la sierra.

De esta manera, el cambio rural-urbano que experimentan los machinos —proceso que habitualmente es admitido como una metamorfosis brusca, el traslado a un mundo extraño y desconocido—<sup>31</sup> fue obviamente un proceso más homogéneo, un cambio más que todo espacial pero en lo social comparativamente fluido y con pocas rupturas. Contaban, sin duda, con una ventaja comparativa frente a otros migrantes provincianos en El Porvenir.

Una vez instalados en el El Porvenir, los machinos van perfeccionando sus conocimientos sobre la producción de calzado, pasando como mano de obra por varios talleres para especializarse finalmente en diversos rubros de fabricación. El anhelo de establecer un taller propio luego de un periodo de aprendizaje, de progresar y manejar algún día una empresa dinámica de producción de calzado funciona como impulso primordial que impacta sobre la conducta y el cálculo de sus perspectivas. Para eso cuentan, particularmente durante las etapas iniciales, con la ayuda de sus parientes y paisanos que llevan más tiempo en el oficio.

De esta forma los talleres de calzado se constituyen sobre núcleos familiares y de paisanaje. El aprendizaje se realiza a

<sup>31</sup> DEGREGORI, Carlos Iván: «Dimensión cultural de la experiencia migratoria», en *Páginas* vol. XIX, N° 130, 1994, pp. 18-35.

temprana edad, lo que permite que ya en la juventud se esté en condiciones de establecer un taller propio, generalmente con el apoyo inicial de paisanos y sobre todo de la familia. Es decir, la comunidad sirve como sistema de aprendizaje y da origen de esta manera a una «cadena empresarial»<sup>32</sup>, ambos fenómenos muy comunes en economías de migrantes —o economías étnicas— en todo el mundo.

Una vez independizados, los flamantes talleristas tienen que ampliar sus redes más allá del ámbito coétnico. Particular importancia tienen las relaciones con los proveedores; a menudo la independización depende en última instancia de ellos y su voluntad de proporcionar la primera entrega de cueros y otros insumos a crédito. La mano de obra, por su lado, solamente al comienzo es de carácter netamente familiar; con el crecimiento del taller se advierte la preferencia por contratar operarios fuera del entorno de parentesco y coetnicidad.

La dilatación de redes más allá de lo familiar y origen común generalmente va a la par con el crecimiento de las pequeñas empresas. Rafael Ramírez, para mencionar un ejemplo, se independiza luego de haber pasado por dos talleres familiares en El Porvenir como operario, con el apoyo de su tía Betty Silva, quien garantiza a Rafael ante los almacenistas que aprovisionaban de materia prima a crédito. De esta manera llega a extender sus relaciones en una fase inicial precisamente hacia aquellos almacenes en que su tía es una clienta bien conocida; «hereda» entonces relaciones específicas y vitales para su empresa. En un periodo posterior, varios talleres que le prestan servicios de perfilado van formando parte de su red, y finalmente, como el lado más importante de la nueva red ya más ramificada, va relacionándose con una serie de intermediarios. Es precisamente a través de los contactos con estos últimos que el esparcimiento de la red de relaciones y el crecimiento del taller se producen de manera paralela.

La tía de Rafael, Betty Silva, por su parte, pasa por todo el proceso «clásico» de aprendizaje; es decir primero en Mache y luego en El Porvenir, utilizando una red de relaciones de parentesco y paisanaje, hasta alcanzar la formación de un taller junto a su esposo. Hasta el momento el taller ha crecido considerablemente y con ello su red de relaciones más allá del entorno coétnico. En el caso de Betty, el progreso empresarial y el esparcimiento de relaciones se manifiestan con la formación de un consorcio de ochenta y tres fabricantes de calzado, iniciado por ella. Existen criterios rígidos de evaluación para seleccionar a los miembros del consorcio:

<sup>32</sup> WEBNER, Pnina: «Business on trust: Pakistani entrepreneurship in the Manchester garment trade», en Robin Ward y Richard Jenkins (eds.), *Ethnic communities in business. Strategies for economic survival*, Cambridge, Londres, etc., Cambridge University Press, 1984, p. 187.

«Yo he evaluado a estas personas, no se ha vendido a cualquiera. ¿Han sido primero calificados cómo? Viendo a través de sus fábricas, cómo están armadas, si tienen maquinarias y si es verdad que ellos mismos lo fabrican, y si es verdad que el zapato que ellos dicen que venden lo hacen ellos. Porque no quisiéramos que entren allí cualquier socio que no fuera fabricante, que pueda desprestigiar nuestro consorcio [...] ya estamos en los 11 mil dólares que hemos desembolsado cada socio» (Betty Silva).

Distinguimos aquí, entonces, que en los criterios de selección no predominan preferencias de parentesco y coetnicidad sino la situación económica de la empresa en cuestión. Evidentemente se requiere de talleres ya bien establecidos, de manera que Betty va extendiendo su red de contactos hacia un sector específico de fabricantes.

El establecer relaciones empresariales de larga duración, lealtad y confianza más allá de lo familiar, parental y coétnico no resulta tarea fácil para los machinos (y no sólo para ellos). Curiosamente, al introducir su mercadería a la comercialización no utilizan los recursos sociales de origen común, tal como lo apreciamos entre los artesanos de la costa norte. La estructura de redes familiares y de paisanaje que descubrimos en los procesos de aprendizaje e independización resulta simplemente inexistente cuando los fabricantes machinos colocan los zapatos en los diferentes mercados.

Si bien existe un cierto flujo de información sobre clientes confiables entre productores —supuesto que tienen buenas relaciones entre ellos y producen diferentes líneas— la mayoría enfrenta un mercado de venta anónimo y altamente arriesgado. La falta de relaciones de confianza en el ámbito comercial es uno de los problemas fundamentales de los fabricantes de calzado en El Porvenir en general. Una amplia mayoría pasa por malos momentos al dejar docenas de zapatos a intermediarios desconocidos, esperando días, semanas y no pocas veces hasta meses inútilmente la cancelación de su mercadería. Muchas pequeñas empresas han quebrado de esta manera.

Ahora bien: si la expansión de los talleres vía lazos familiares y de paisanaje es el modelo «clásico» en El Porvenir, el dinamismo del sector —sobre todo en los años ochenta— llevó consigo también otras entradas al oficio. Es decir, hoy en día encontramos ex-empleados o trabajadores que invierten su indemnización en un pequeño taller, al igual que transportistas a quienes les sobra algo de dinero o intermediarios que deciden producir por cuenta propia; en fin, encontramos a fabricantes que se inician de manera mucho más «individualista» que los machinos y otros migrantes serranos.



La combinación de las diferentes entradas, de las diversas actividades económicas, en fin, el mismo dinamismo del sector, resultó finalmente en lo que es El Porvenir hoy en día: una densa red de diferentes actividades económicas alrededor de la producción de calzado, pero con una envergadura que va mucho más allá del juego de oferta y demanda. El entrelazamiento de los diferentes actores en un espacio tan reducido como El Porvenir supone que a menudo se trata de relaciones complejas o múltiples (según Coleman, uno de los vigores característicos del capital social); es decir, no solamente se encuentran, por decir, como fabricante y trabajador, sino además son vecinos, paisanos, antiguos discípulos, juegan en el mismo equipo de fútbol, toman en la misma cantina, pertenecen a la misma iglesia, están juntos en la asociación de padres de familia y así por el estilo. Son parte de un tejido social, parecido a lo que Somers<sup>33</sup> llama un «ambiente relacional» (*«relational setting»*), con una susceptibilidad a la presión social mucho más grande que en relaciones simples<sup>34</sup>. José Távara ha observado cómo ello repercute en decisiones económicas:

Una de las preguntas centrales en nuestras entrevistas a los productores de El Porvenir era qué es lo que impedía, sobre todo teniendo en cuenta el contexto de crisis y desempleo, el pago de tarifas y destajos más reducidos; es decir la competencia basada en salarios bajos. Sus respuestas indicaban, invariablemente, la importancia de la reputación y la existencia de sanciones contra los 'explotadores'<sup>35</sup>.

Para resumir, evidentemente tratamos con dos tipos de redes en El Porvenir: las que unen a las pequeñas empresas (el distrito industrial propiamente dicho) y las redes primordiales que influyen decisivamente en el proceso de aprendizaje, independización y organización de la producción; así, El Porvenir se nos presenta como una «red de redes» o un «ambiente relacional». Quizá los machinos sean un caso algo particular, pero durante nuestro trabajo de campo hemos podido observar que también otros productores confían mucho en sus relaciones sociales.

Aunque tratamos con un sector mucho más dinámico y competitivo que en el caso anterior de los artesanos norteños, también entre los fabricantes de calzado de El Porvenir las redes sociales, tanto de carácter familiar, de parentesco y coétnico como posteriormente su esparcimiento más allá de ese entorno, juegan un papel fundamental para la formación y desenvolvimiento —léase: progreso o crecimiento— de las pequeñas empre-

<sup>33</sup> SOMERS, Margaret: «Citizenship and the Place of the Public Sphere», en *American Sociological Review* N° 58, 1993, pp. 587-620.

<sup>34</sup> BOISSEVAIN, Jeremy: *Friends of Friends. Networks, Manipulations and Coalitions*, Oxford, Basil Blackwell, 1978, p. 32.

<sup>35</sup> TÁVARA, José L.: *Cooperando para competir*, ob. cit., p. 95.

sas. La resistencia y dinámica con la que enrumban esos nuevos actores económicos hacia la conquista de los mercados internos se debe en buena parte a sus relaciones sociales.

x \* \* \* \* \*  
**Machinos en Lima**

La ruptura de las redes étnicas después del aprendizaje y la independización despertó nuestro interés en las actividades de migrantes machinos en otros lugares. Después de Trujillo, el segundo destino de migración más importante es Lima, donde cuentan con una asociación que agrupa unos cuatrocientos inscritos, alrededor del cincuenta por ciento del total de machinos residentes en la capital según estimaciones del presidente.

Ahora bien: esperábamos por supuesto encontrar más que todo zapateros entre los machinos que quizá para evadir la competencia en Trujillo hayan optado por mudarse a la capital. Y efectivamente hay uno que otro pequeño taller, pero mucho más presencia tienen en la confección de prendas de vestir.

El modelo de la incorporación de los migrantes machinos a la confección se diferencia solamente en sus inicios algo de los zapateros en El Porvenir; pues aunque en Mache existían algunas pequeñas sastrerías, el proceso del esparcimiento de confeccionistas se inicia en la misma capital. El promotor llegó a Lima a sus 16 años: «el 20 de diciembre del año 1943 a las seis de la mañana, yo me acuerdo mucho». En los años siguientes pasó por varios trabajos hasta que se encontró con un primo que lo recomendó a un sastre; fue en su taller donde consiguió las primeras destrezas. Después trabajó para varios judíos que en ese entonces controlaban buena parte del sector de confecciones en Lima.

La relación con los judíos cambió su destino. Mientras que siguió trabajando para ellos, puso un pequeño taller en su casa. Allí llegaban sus familiares de Mache, sobrinos sobre todo, para aprender el oficio de confecciones. Su primera máquina se la compró con un préstamo de su empleador judío, y con ella empezó a prestar servicios para él.

Su taller iba creciendo en la medida en que llegaban sus familiares para trabajar. Finalmente renunció como trabajador y en vez de ello entró en sociedad con los judíos; formaron la empresa IBATEX (el señor se apellida Ibáñez). Fue en el tiempo de Velasco, cuando la ley prescribió la formación de comunidades industriales. En seguida colocó en la empresa a varios de sus familiares.

A partir de allí, el ingreso de machinos a la producción de prendas de vestir aumenta. Los sobrinos del señor Ibáñez que pasaban por su taller y después por IBATEX, sucesivamente, se independizaron y lograron establecer sus propias empresas, utilizando las redes creadas cuando trabajaban para su tío y para los judíos.

Felipe y Álvaro, por ejemplo, ambos sobrinos del señor Ibáñez, se independizaron el año 87 con dos máquinas; en junio del 95, cuando los entrevistamos, valorizaron su taller en unos 200 mil dólares, contaban con cincuenta máquinas y daban empleo a igual número de trabajadores. Doce de ellos son machinos, que siguen viniendo de su tierra, pero «mayormente no permanecen mucho tiempo acá», es decir llegan con la idea de aprender e independizarse lo más pronto posible.

Cuando se iniciaron, el hermano de Álvaro, también confeccionista, los garantizó ante el Banco Industrial para conseguir un crédito. Sus primeros clientes fueron los mismos que habían comprado en las fábricas donde habían trabajado antes:

«Bueno, el inicio, como yo le digo, como ya ha habido gente que nos conoce, entonces al independizarnos recurríamos a ellos: “mira, yo estoy haciendo esto...”. Así íbamos haciendo pantalones, sacos y así uno se va ampliando...».

Felipe y Álvaro se han especializado en ternos; trabajan para tiendas en Miraflores y, a través de un vendedor profesional, en Trujillo, Tacna, Cusco y Huancayo. Tienen su propia marca: «Angelo Maccino», con evidente alusión a su pueblo natal, «o sea le hemos puesto doble c que suene como italiano...» (Felipe). Cuando tienen pedidos grandes que ellos no pueden abastecer, delegan los pantalones al hermano de Felipe, Esteban, quien se independizó en sociedad con un ayacuchano con el que había trabajado casi quince años en IBATEX.

Evidentemente, el mismo modelo que en El Porvenir llevó al esparcimiento de machinos en la producción de calzado, sirvió en Lima para el aprendizaje y la independización en confecciones. El entrelazamiento entre los machinos les permitió conquistar una parte de un mercado que antes estaba controlado casi por completo por judíos y árabes.

Es tiempo de hacer una precisión: hablando de la importancia de redes étnicas en el desarrollo económico no estamos hablando de un ámbito libre de explotación, riñas y celos. Es un mundo ambiguo, penetrado por lo que Portes y Sensenbrenner<sup>36</sup> llaman «solidaridad obligada» (*bounded solidarity*) y

<sup>36</sup> PORTES, Alejandro y Julia SENSENBRENNER: «Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action», en *American Journal of Sociology* 98, N° 6, 1993, pp. 1320-50.

«confianza exigible» (*enforceable trust*): un mundo de imperativos morales y sanciones intracomunales que influyen en decisiones individuales. La relación compleja entre empresarios y trabajadores coétnicos, por ejemplo, permite a estos últimos reivindicar un trato especial, a veces contraproducente para la economía de la empresa; Portes y Sensenbrenner hablan en este sentido de los «costos de la solidaridad comunal»<sup>37</sup> y Wellman del «paquete de pertenencia a una red»:

«En la práctica, muchos lazos son con miembros de la red a quienes uno no quiere y con quienes voluntariamente no formaría pareja. Estos lazos son involuntarios en cuanto vienen como parte del paquete de pertenencia a una red»<sup>38</sup>.

Un confeccionista de Mache da expresión a esta ambigüedad:

«Trabajar así con los paisanos es un poco pesado. No se les puede decir nada, se molestan, entonces para evitar eso, mejor con particulares. Porque yo he tenido problemas, a veces con los hermanos mismos, ¿no?, mi hermana a veces discutía con mi socio, ¿no?, entonces evitar estas cosas mejor».

Pero tampoco puede negarse, pues está de por medio la reputación: la presión social se mezcla con el prestigio. Como dice otro empresario machino, también es «un honor» apoyar a la gente con la cual se está ligado por lazos de parentesco y paisanaje. En fin, tratamos con relaciones múltiples que influyen —positiva o negativamente, según el punto de vista— en la economía.

¿Quiere decir que tiene razón De Soto cuando afirma que «establecer y cultivar asiduamente estas redes amplias de amigos, compadres, “tíos” y “primos”, exige bastante tiempo y recursos, y obstaculiza el desarrollo de mercados amplios y eficientes»<sup>39</sup>? Pues bien, no necesariamente. Pensamos que uno no se puede limitar a contemplar ventajas o desventajas individuales; hay que ver el grupo en su integridad. Visto así, podemos constatar que estas economías son, en mayor o menor escala, exitosas; lo que, por supuesto, no impide que dentro de los grupos y las redes étnicas existan enormes diferencias sociales. La observación que hace Lehman para «mercados informales» es aplicable para este tipo de economías en general:

<sup>37</sup> Ibid., p. 1338.

<sup>38</sup> WELLMAN, Barry: «Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance», ob. cit., p. 41.

<sup>39</sup> DE SOTO, Hernando: *El otro sendero. La revolución informal*, Lima, Editorial El Barranco, 1986, p. 213.

«la red de conexiones familiares o paternalistas es el único medio para conseguir capital, así que la movilidad social está entrelazada con redes. Si uno logra progresar, será en conjunto con colegas, asociados o familiares»<sup>40</sup>.

## Puneños en Gamarra

El sitio más dinámico del país, en cuanto al desarrollo económico de los «otros empresarios», es sin duda Gamarra, en el distrito de La Victoria, en Lima, donde se confecciona y distribuye gran cantidad de telas y prendas de vestir para el mercado nacional. Tanto es así, que en relativamente pocos años Gamarra ha logrado convertirse en un lugar simbólico para el éxito empresarial de migrantes provincianos en Lima. Las cifras hablan de por sí: Ponce Monteza<sup>41</sup> calcula que existen entre 6 mil y 8 mil establecimientos en Gamarra; según estimaciones de la SUNAT hay «unas 8,000 empresas, sesenta galerías y un movimiento anual de 800 millones de dólares»<sup>42</sup>.

Hay múltiples maneras de entrar al negocio textil en Gamarra, pero existe un denominador común: la gran mayoría de los empresarios son migrantes del interior del país. En lo que sigue, vamos a presentar a un grupo de ellos que nos demuestra que también al interior de un mundo tan diferenciado, heterogéneo y complejo como Gamarra, redes sociales y étnicas pueden tener gran importancia: migrantes del departamento de Puno, oriundos de la comunidad de Ollaraya, ubicada a 3,620 msnm, a orillas del lago Titicaca, en la provincia de Yunguyo.

Con más claridad todavía que en el caso anterior de los zapateros machinos, la inserción urbana de los ollarayenses se produce sobre redes familiares y coétnicas. Su historia como empresarios confeccionistas en Lima comenzó en la década de los sesenta, cuando algunos jóvenes se aventuraron, después de primeras experiencias migratorias en Tacna y en Bolivia, a viajar a Lima. Trabajaron algunos años en construcción, en lo que también laboraban sus paisanos llegados antes, hasta que uno de ellos transportó telas y casacas de Bolivia para venderlas en Lima. En una irrupción de curiosidad y espíritu emprendedor,

<sup>40</sup> LEHMAN, David: «Modernity and Loneliness: Popular Culture and the Informal Economy in Quito and Guadalajara», en *The European Journal of Development Research* 2, Nº 1, 1990, p. 98.

<sup>41</sup> PONCE MONTEZA, Carlos Ramón: *Gamarra. Formación, estructura y perspectivas*, Lima, Fundación Friedrich Ebert, 1994, p. 100.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 103.

desarmó una casaca y la copió —mal, por cierto, pero aún así se vendió<sup>43</sup>.

Poco a poco se fue perfeccionando y cada fin de semana salía a vender a Huancayo. En la medida en que su negocio crecía, necesitaba más capital y mano de obra; es entonces cuando entran dos de sus amigos. Viviendo en el mismo cuarto, comenzaron a coser a mano en la noche; durante el día siguieron trabajando en construcción civil. Luego se compraron una máquina de coser a pedal con la que, al igual, inicialmente trabajaban los tres.

Más tarde los caminos se bifurcaron, pues cada uno se compró su propia máquina. Sucesivamente, fueron incorporando más familiares en sus talleres: hijos, hermanos, sobrinos que llegaban de Ollaraya y se establecían en el Cerro El Pino, donde pronto se desarrolló una intensa actividad de confección en cada vez más talleres. Sus familiares y paisanos, a su vez, después de haber conseguido los conocimientos necesarios y algunos ahorros, igualmente se independizaban con la ayuda de sus tíos o primos empleadores. He aquí otra cadena empresarial, y otra vez son las redes familiares y coétnicas las que constituyen la fuerza motriz durante todo ese proceso de aprendizaje e independización:

«Han pasado varios años, hasta el 73 creo, que estuvimos trabajando en la casa. Ya para ese momento habíamos aumentado en máquinas, personal que se iba agregando, sobrinos, algunos parientes, paisanos del lugar, jóvenes todos, que llegaban y necesitaban un trabajo y se les daba. Ocurría una cosa muy simpática porque llegaban ellos y al cabo de algunos años ellos también se independizaban, se les ayudaba a comprar una máquina y otra máquina, se le ayudaba con la cuota inicial y servíamos de garantizadores y así se fueron convirtiendo en nuevos microempresarios, entonces entre todos nos ayudábamos, si me faltaba algo me prestaban, si me faltaba cortadora (antes no había), entonces con tijera o con cuchillo, todos trabajamos en El Pino».

Cuando los ollarayenses finalmente entran a Gamarra, lo hacen a lo grande: se reúnen dieciocho socios, compran un terreno en la avenida Sebastián Barranca y construyen —en mingas y aprovechando sus conocimientos adquiridos cuando

<sup>43</sup> Quizá este empiricismo sea el secreto del éxito de los pioneros en Gamarra. Un migrante ayacuchano lo resume así: «cómprate esa casaca cueste lo que cueste y sácale [el molde], pláñchale bonito, y te va a dar exacto esa prenda. Pero eso sí: una vez o dos veces vas a perder a esa prenda, pero tú mismo tienes que darte cuenta de que te vas a perfeccionarte, vas a aprender con una casaca malograda, pero vas a entrar a la onda. Así no más es»

trabajaban en construcción civil— su propia galería con ocho pisos y un promedio de diecisiete tiendas en cada piso. Todos los socios menos dos —un cusqueño y un ayacuchano que se habían ganado su confianza— eran del mismo pueblo y se valían de elementos culturales de su pasado rural:

«... que cada uno ha participado en forma familiar casi íntegramente, cada socio con su esposa, sus hijos, parientes, colaboraron en la edificación; ya les contaba que cuando ellos eran jóvenes se dedicaron a la construcción civil, han tenido especializaciones como carpintero, como herrero, instalaciones de sanitarios, para ellos no era nada desconocido y participaron muy activamente, contrataron a un ingeniero y a un maestro de obra y lo demás lo han puesto ellos; han trabajado todos, hacían sus fiestas en cada techado. En nuestra familia se ha caracterizado que quien techa ahí, van y acuden todos, eso ha sido siempre cuando alguien techaba sus casas, todo el resto de la familia iba a ayudarlo a cooperar, y la mano de obra le salía gratuito. En estos techados ha habido participación masiva de todas las familias y cada techo era un logro».

El relato del presidente de la Galería San Miguel demuestra la importancia del origen común:

«Luego pasaron por acá y vieron este corralón y decidimos comprarlo, pero no nos comprendíamos con los demás, eran de otras partes del Perú. Hicimos una relación de los que podían comprar, más o menos diez o doce personas; todos éramos puneños, porque sabíamos entre nosotros quiénes eran buenos y cumplidores, entre jóvenes y viejos. [...] Así que lo compramos y estábamos compitiendo con Guizado, quien quería comprarla también, pero finalmente el dueño al parecer se encariñó con nosotros y nos la vendió».

Si bien aquí se observa ya una selección entre los coétnicos (los «cumplidores») y aunque con el tiempo los caminos se bifurcan —sobre todo en la segunda generación que en buena parte tiene estudios superiores y una visión empresarial mucho más exigente— la importancia de los lazos étnicos no se pierde. La prueba es el esfuerzo común de fundar una financiera (EPYME), basada en la participación de los socios de la Galería San Miguel, es decir en ollarayenses («porque nosotros no nos engañamos entre nosotros»). Aunque hay que incluir otros socios para reunir los 600 mil nuevos soles previstos (con la posibilidad de que COFIDE triplique el monto), los migrantes de Ollaraya utilizan sus lazos étnicos hasta ahora —en este caso para conseguir los créditos necesarios para ampliar sus negocios.

Sin embargo, es evidente que las redes étnicas tienen un carácter limitado y temporal, siendo reemplazadas o ampliadas en algún momento del desenvolvimiento empresarial por otros lazos más allá del entorno familiar y de paisanaje; es decir, llega el momento en que ya no son funcionales, aunque, como vimos, esto no significa de ninguna manera su absoluta disolución.

Un ejemplo de cómo las redes étnicas son ampliadas por redes extrafamiliares sin perder su vigencia nos lo presenta un miembro de la segunda generación, con estudios universitarios, quien ha creado un consorcio con la meta de exportar polos a los Estados Unidos. En el consorcio no se encuentran paisanos de Ollaraya porque

«no tienen una preparación suficiente, ese es el problema. Nosotros hemos tenido una mejor preparatoria, hemos tenido un mejor cambio de opiniones, más diálogo, mucho más contacto con profesionales y somos un grupo decidido a exportar y lo hemos logrado».

Sin embargo, para integrar el consorcio hay que cumplir con ciertos criterios más allá de la preparación, como son la meta de crecer como empresario y su empeño, es decir si se tiene el espíritu de entrega total al trabajo para lograr el crecimiento. Resulta que al tejer nuevas redes de relaciones más allá del entorno familiar y coétnico, esto no ocurre al azar sino según criterios que también de alguna manera son culturalmente determinados. El aspecto personal, en todo caso, es sobresaliente.

Ahora bien: hemos visto ya en el caso de los machinos en Lima que la ayuda mutua entre familiares y paisanos es una espada de doble filo; es bienvenida siempre y cuando sea funcional para el progreso individual, y es cumplida rechinando los dientes cuando se trata de ceder a la presión social. El mundo andino, con todas sus formas intrincadas de cooperación e instituciones sociales para asegurar el bienestar comunal, no es el mundo armónico de las novelas indigenistas; y tampoco lo es el mundo de los migrantes. Cuando las relaciones étnicas dejan de ser funcionales, los empresarios no dudan en romperlas. Tampoco dudan en explotar estas relaciones para sus fines individuales; economías basadas en relaciones étnicas, lo sabemos de otros ejemplos, no son antagónicas a la explotación. He aquí el testigo de un empresario ollarayense que antes trabajaba para un paisano:

«no, no te trata bien. Te paga lo que él quiere, pues, te va a faltar. Y si estás buscando trabajo hay que aceptarlo pues, ¿no es cierto? Y así era. Una propina no más daban. No daban como debe ser. Por ejemplo ahorita tengo ayudantes acá que ganan 70, 80 soles a la semana. Allá nos daban 20 o 25 soles. “Les doy



todavía casa, cama, comida, ¿qué más quieren?”, decía... A toda hora [trabajábamos], [desde las] siete de la mañana hasta las doce de la noche, la una de la noche».

Queda claro entonces, como hemos visto ya en el caso de los machinos, que la médula del mantenimiento de redes étnicas en el contexto urbano es su funcionalidad. No obstante, en el caso de los ollarayenses, estas redes coétnicas no se desarticulan de manera abrupta después de que se forman las empresas, sino que siguen en parte vigentes cuando se trata de redes de abastecimiento, para prestar servicios, alquilar o comprar tiendas y —el caso más notorio entre los ollarayenses— en la construcción de una galería y la formación de una EPYME.

Pensamos que la diferencia entre los migrantes de Ollaraya y Mache, cuyas redes étnicas se rompen mucho más temprano, está en su pasado rural y el acervo cultural correspondiente. Mientras que el sur andino se caracteriza por una larga historia de tradiciones comunales, el norte es una región de campesinos parcelarios donde el ámbito de producción y reproducción está limitado a la familia. Esto, a su vez, tendría un impacto decisivo sobre la particularidad del uso de relaciones sociales, como asimismo, tomando en cuenta los valores culturales específicos de estos vínculos y las cohesiones que implican, sobre la diferencia en la utilidad para el desarrollo empresarial que aquellas relaciones puedan tener; es decir, para su capacidad de adaptarse a condiciones y coyunturas variables. De modo que, mientras se observa una relevancia algo frágil (por ejemplo en lo que se refiere a lo temporal, como lo mencionamos) de redes coétnicas entre los norteños para su desenvolvimiento empresarial, éstas adquieren un alto valor y significado crucial en el «ahorro» de capital social entre los nuevos actores económicos de origen surandino. Coleman<sup>44</sup> ha señalado la importancia de la estructura social para la constitución del capital social que crece con las «obligaciones pendientes», es decir relaciones de reciprocidad asimétricas.

Hace poco, una asociación de migrantes de otra comunidad puneña que se dedican al comercio de insumos para calzado, ha comprado un terreno cerca del Trébol de Caquetá por poco menos de dos millones de dólares. Cerrando filas, sin dejar entrar a nadie que no fuera de su pueblo, han superado la oferta de sus competidores en 300 mil dólares. La ira de la presidenta de una asociación contrincante, oriunda de la costa norte, que no cuenta con una red étnica como los puneños, marca la diferencia:

<sup>44</sup> COLEMAN, James S.: «Social Capital in the Creation of Human Capital». ob. cit., p. S103.

«Los puneños son racistas pues, ¿ya? Son racistas, no les gusta de que por ejemplo si tú quieres hacer algo, si tú no eres puneña no te toman en cuenta. Tienes que ser del mismo sitio, o si quieres comprar mercadería, entre ellos nomás compran, no les permiten a otras personas comprar nada. ¿Sabes qué son 300 mil dólares más? Eso nos quitaron de la mano... Por eso te digo: los puneños son traicioneros, los puneños son egoístas».

## A modo de conclusión

Los ejemplos reseñados indican que el éxito de los «otros empresarios» peruanos está basado en buena medida en su capital social; es decir, en las redes sociales que, al igual que el capital físico y el capital humano, pueden facilitar las actividades productivas y comerciales. En todos los casos estudiados, las redes tienen una singular importancia en el aprendizaje del oficio, en la independización, en la generación de confianza para dar o conseguir créditos, en la consecución de mano de obra, y en el caso de los ollarayenses hasta en la construcción de una galería en Gamarra y la formación de una financiera.

Quisimos demostrar que las afirmaciones fijadas en la experiencia occidental que subrayan el individualismo y suponen que la disipación de redes sociales precapitalistas es una condición para el desarrollo económico, son incorrectas. Pensamos más bien que pueden ser —aunque no lo son por necesidad— el caldo de cultivo para el desarrollo.

Todo indica que redes étnicas y otras redes personales van a tener gran importancia entre los empresarios-migrantes el Perú por mucho tiempo, y no sólo entre ellos<sup>45</sup>. La debilidad de las instituciones deja prever que la construcción de la sociedad civil en el Perú depende en buena medida de la estabilidad y resistencia de redes sociales como las que hemos descrito, tal como lo ven Grompone y Mejía:

«El Perú no es una sociedad de masas. Se está construyendo una sociedad civil basada en las redes familiares, locales, de parentesco, de trabajo y en ocasiones gremiales, en las cuales las personas organizan su vida

<sup>45</sup> Para el empleo de redes sociales entre los «grupos» de los Romero, Nicolini, Brescia, etcétera, véase DURAND, FRANCISCO: *Business and Politics in Peru. The State and the National Bourgeoisie*, Boulder, San Francisco, Oxford, Westview Press, 1994.

cotidiana, piensan en el orden deseado, combinan iniciativas individuales y grupales, y emprenden una activa construcción institucional»<sup>46</sup>.

## Bibliografía complementaria

- BONACICH, Edna y John MODELL  
1980 *The Economic Basis of Ethnic Solidarity. Small Business in the Japanese American Community*, Berkeley, Los Angeles, Londres, University of California Press.
- GOLTE, Jürgen y Norma ADAMS  
1990 *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la Gran Lima*, Lima, Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- HUBER, Ludwig y Andreas STEINHAUF  
1995 «El rostro de los otros empresarios», en *Argumentos* N° 25, pp. 14-15.
- LOMNITZ, Larissa  
1977 *Networks and Marginality. Life in a Mexican Shantytown*, Nueva York, Academic Press.
- LOMNITZ, Larissa y Marisol PÉREZ-LIZAUR  
1987 *A Mexican Elite Family, 1820-1980. Kinship, Class and Culture*. Princeton, Princeton University Press.
- 1988 «The Origins of the Mexican Bourgeoisie: Networks as Social Capital», en Thomas Schweizer (ed.), *Netzwerkanalyse. Ethno-logische Perspektiven*, Berlín, Dietrich Reimer Verlag.
- MATOS MAR, José  
1984 *Desborde popular y crisis del Estado*, Lima, IEP.
- STEINHAUF, Andreas  
1991a «Diferenciación de comunidades y diferenciación de la colonia de migrantes: el caso de Quinches», en *Anthropologica* N° 9, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, pp. 153-168.
- 1991b «Diferencias étnicas y redes de larga distancia entre migrantes andinos: el caso de Sanka y Colcha», en *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos (IFEA)* 20, N° 2, pp. 93-114.
- 1992 *Interaktionsnetze als Entwicklungsstrategie. Zur Dynamik sozialer Netzwerke im informellen Sektor Perus*, Muenster y Hamburgo, Lit Verlag.
- STEINHAUF, Andreas y Ludwig HUBER  
1996 «Redes sociales en una economía étnica: los artesanos de la costa norte del Perú», en *Boletín del IFEA*, en prensa.

<sup>46</sup> GROMPONE, Romeo y Carlos MEJÍA: *Nuevos tiempos, nueva política. El fin de un ciclo partidario*, Lima, IEP, 1995.