



EL MADRUGÓN DE SAN VICTORINO:
UNA EXPLORACIÓN A LOS ÓRDENES
SOCIALES ASOCIADOS A ESTE MERCADO
TEXTIL POPULAR

EL MADRUGÓN EN SAN VICTORINO:
UNA EXPLORACIÓN A LOS ÓRDENES
SOCIALES ASOCIADOS A ESTE
MERCADO TEXTIL POPULAR

BERNARDO ALFREDO PRIETO RUIZ



Colección Opera Prima

© 2011 Editorial Universidad del Rosario
© 2011 Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario,
Escuela de Ciencias Humanas
© 2011 Bernardo Alfredo Prieto Ruiz

ISBN: 978-958-738-198-6

Primera edición: Bogotá D.C., junio de 2011
Coordinación editorial: Editorial Universidad del Rosario
Corrección de estilo: npg comunicaciones
Diseño de cubierta: Lucelly Anacondas
Diagramación: Margoth C. de Olivos
Impresión:
Editorial Universidad del Rosario
Carrera 7 N° 13-41, oficina 501 • Teléfono 297 02 00
Correo electrónico: editorial@urosario.edu.co

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida
sin el permiso previo por escrito de la Editorial Universidad del Rosario

Prieto Ruiz, Bernardo Alfredo

El madrugón en San Victorino: una exploración a los órdenes sociales asociados
a este mercado textil popular / Bernardo Alfredo Prieto Ruiz. — Escuela de Ciencias
Humanas, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora Del Rosario. — Bogotá:
Editorial Universidad del Rosario, 2011.
198 p.

ISBN: 978-958-738-198-6

ECONOMÍA / INDUSTRIA TEXTIL / INDUSTRIAS MANUFACTURERAS /
TELAS – MERCADEO / COMPETENCIA ECONÓMICA / Título.

338.7677 SCDD 20

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

Contenido

Agradecimientos	9
Introducción.....	13
Capítulo I. Marco teórico.....	17
1.1. Definiciones del concepto “informalidad laboral”	17
1.2. Antecedentes del concepto “informalidad laboral”...	19
1.3. La teoría de los campos, una teoría bourdiana	40
Capítulo II. Metodología propuesta	53
2.1. Fase documental	53
2.2. Fase de trabajo de campo.....	54
2.3. Análisis de la información y redacción del documento final	59
Capítulo III. El Madrugón: conociendo el <i>campo</i> , explorando el “juego”	61
3.1. Buscando sus orígenes, relacionando los hechos	61
3.2. Los límites del campo y los actores del juego	70
Capítulo IV. Primer estudio de caso: jeans para mujer, un negocio burbuja	91
4.1 Ingresando al campo: las primeras estrategias de la microempresa de jeans	91

4.2. Las estrategias para la permanencia: la organización del trabajo.....	100
4.3. Las condiciones del trabajo: las condiciones que se viven en la informalidad	119
Capítulo V. Ingresando al campo: las primeras estrategias de la microempresa de sudaderas	151
5.1. Ingresando al campo: las primeras estrategias	151
5.2. Hacer sudaderas: un trabajo de la familia	155
5.3. El “colchón” social para hacer pantalones de sudadera a diez mil	162
Conclusiones	171
Bibliografía	191
Glosario.....	197

Agradecimientos

Esta labor académica jamás hubiese sido posible de no haber contado con muchos apoyos. Mi paso por esta Universidad se lo debo enormemente a mi madre, mujer valiente y de muchas victorias en esta vida. A mi hermano Julián Camilo, amigo permanente, curioso, digno de toda mi admiración por su fortaleza humana y por la entereza de seguir siempre adelante. A mi hermano Pedro, quien con sus bromas, risas y ayudas hizo menos tortuoso esto que a veces pareció una lucha de muchas batallas. A mi padre, por su apoyo desde el comienzo de la carrera.

Quiero agradecer también a las personas de los consejos estudiantiles de la Escuela de Ciencias Humanas, del Consejo Superior Estudiantil, y a las que conocí en todas las iniciativas académicas, pues a ustedes debo lo que aprendí del trabajo en grupo. Agradezco a cada uno de los integrantes del grupo Evolución Colombia por enseñarme que la unión de las personas y su disposición en los proyectos son elementos que nunca pueden faltar en cualquier iniciativa. Agradezco especialmente a Javier Salazar a quien admiro por su energía, creatividad, integridad y por sus metas nobles.

Doy las gracias también a todos los compañeros, docentes y amigos de la Escuela de Ciencias Humanas y de la Universidad del Rosario, quienes me brindaron un consejo

en medio de momentos difíciles o que me dieron un motivo de alegría.

A Simón, Gigi, Chiquis, Nano, Omar, Santander, Lilliana, Gerardo, David Duarte, Diana Ramírez, y tantos más, mil gracias por su amistad. Gracias también a los compañeros de último semestre de la carrera que en muchas ocasiones me brindaron todo su apoyo y me animaron a continuar con este trabajo. A los primos Juan y Wilver, también les agradezco su colaboración y comprensión en varias de las etapas de esta investigación.

No puedo pasar por alto a mi directora de monografía, Carmen Marina López, quien, con su constancia, conocimiento, tiempo, consejos y su enorme paciencia, guió este trabajo de investigación. A ella mil gracias por acompañarme en esta tarea que fue difícil y a veces lenta, pero que desde el comienzo enriqueció. Agradezco profundamente su comprensión ante los tropiezos que tuve en el desarrollo de este trabajo.

Igualmente agradezco a aquellos que detrás de una máquina de coser me contaron sus historias para realizar este documento. A ellas debo mucho, pues esta investigación aparte de convertirse en un requisito de grado, fue para mí una experiencia en la que llegué a sentir la desesperación y la frustración con la que viven a diario algunas de estas personas, al no tener un trabajo más estable y más digno donde su labor sea mejor valorada. Ese sentimiento que se genera al no tener empleos que les permitan progresar y augurar un futuro más esperanzador para ellos y sus hijos, llegué a percibirlo en sus voces y en sus miradas; un futuro que para

muchos no va a diferenciarse de su presente. Espero con este trabajo haber contribuido con un conocimiento más detallado sobre las diversas estrategias y lógicas de supervivencia que una parte de la población informal en Colombia emplea para vivir el día a día.

Por último, quiero agradecer a la vida por haber contado con una madre y unos hermanos incondicionales en todo momento de mi vida y por haberme brindado oportunidades tan valiosas como la carrera de Sociología en una institución como la Universidad del Rosario.

Introducción

El Madrugón es uno de los mercados mayoristas informales más conocidos en los sectores populares de la capital colombiana. Es un espacio al que llegan comerciantes de todos los lugares del país a comprar manufacturas del área de la confección a muy bajo costo. Su organización espacial y temporal, la amplia diversidad en la oferta, lo heterogéneo de la población comerciante (familias, empresarios, indígenas, etc.), y la altísima competencia son los elementos más importantes que influyen en el orden de este comercio ante la no regulación del Estado, y las fuertes y desleales relaciones sociales de los competidores.

La razón de explorar un fenómeno como éste, no está dada únicamente por su particularidad espacial y funcional, ni por la diversidad de características que múltiples autores le han otorgado al sector informal de la economía latinoamericana, sino también por el interés de comprender cómo los microempresarios que tienen asiento allí han logrado articularse a este espacio de ventas mayoristas y de cómo hacen para vender prendas a tan bajo precio. Además, el surgimiento de El Madrugón puede interpretarse como una respuesta de un sector de la población informal ante la política de recuperación del espacio público en el Centro de Bogotá, así como una salida rápida e individual a la crisis

del empleo que viven diferentes sectores de la población colombiana.

En últimas, esta investigación estuvo dirigida a desentrañar el mundo productivo y el comercial que se oculta tras las prendas que allí se venden, así como las relaciones de dependencia económica que existe entre comerciantes y proveedores de diferentes servicios relacionados con la confección. Igualmente, se quiso indagar cómo en estas relaciones los individuos se adaptan ante la constante fluctuación en las ventas. Los resultados de la investigación señalan también la complejidad y el desafío que requiere la formulación de políticas públicas enfocadas a la recuperación del espacio público, la generación de empleo y la comprensión de lo que se suele llamar “el sector informal de la economía”.

La investigación tuvo por objetivo explorar este competitivo e informal fenómeno comercial bogotano a partir de la organización productiva de dos microempresas establecidas en el ámbito local. Por esto, se presentan los estudios de caso de dos unidades de trabajo, en los cuales se analizan elementos como el ingreso al mercado, las estrategias iniciales de producción y comercialización, y las condiciones en que se desarrolla el trabajo; todo esto relacionado con la venta de ropa a precios bajos en un espacio altamente competitivo y excluyente a nivel comercial. Cabe decir que la primera de estas unidades comercializa jeans para público femenino, mientras que la segunda confecciona sudaderas para el mismo público.

La investigación de ambas unidades de trabajo se abordó a partir de la teoría bourdiana, y bajo conceptos como *campo*,

capital, estrategia, habitus, práctica, illusio, se reconstruyó El Madrugón para ver cómo dentro de éste y otros subcampos se relacionan los *agentes* involucrados (comerciantes, clientes, familiares, operarios, esposos, proveedores de servicios) según sus posiciones dentro del espectro social (comercialización-producción), el uso estratégico de sus capitales, y las prácticas desarrolladas de acuerdo al *habitus* que han incorporado en los diferentes espacios de trabajo.

Ahora bien, que este espacio comercial sea informal, nos indica que hay nichos de precariedad laboral, una reducida presencia de controles legales, una alta participación de transacciones comerciales no regidas por una factura legal, con una alta posibilidad de ofrecer mercancías de contrabando provenientes de países como China, Panamá, Ecuador, entre otros.

Para lograr una aproximación cercana a los diversos agentes inmersos en estas redes empresariales, se hizo uso de técnicas cualitativas como la observación no participante y la entrevista semiestructurada. En cuanto a la primera, si bien se realizó un acercamiento directo a las labores cotidianas de ambas unidades de trabajo no se llevó a cabo ninguna de las operaciones que requieren la producción de las prendas. En cuanto a la segunda herramienta cualitativa, se realizaron 16 entrevistas aproximadamente a 12 personas involucradas directa o indirectamente con El Madrugón.

En el presente trabajo se encontrará entonces un primer capítulo en el cual se exponen los principales enfoques analíticos sobre el sector informal de la economía, así como una síntesis de la teoría del sociólogo Pierre Bourdieu, con

la cual se pudo indagar y relacionar las diversas iniciativas de los microempresarios ante un escenario de fuertes luchas comerciales.

El segundo, se refiere a la metodología que se usó en esta investigación para explorar el campo comercial y productivo de cada unidad de trabajo.

En el tercero, se encuentra una contextualización sobre el origen del fenómeno de El Madrugón, mientras que en el cuarto y el quinto capítulo, se presentan los estudios de caso de las dos microempresas. En cada uno de los estudios se abordó el origen de los microempresarios, su proceso de vinculación a este competitivo campo informal mayorista, así como la razón que los motivó a iniciarse como empresarios. También se muestra cómo cada una de las unidades distribuye u organiza su actividad productiva y cómo es su relación con los diversos miembros que participan de la red laboral. Asimismo, se indagó sobre las condiciones laborales de las personas vinculadas a los diferentes espacios productivos que participan en la fabricación de las prendas.

No está demás hacer saber que se agregan nuevos elementos que hacen repensar los planteamientos que se han hecho sobre la informalidad, pues factores como el tiempo, el espacio y la competencia, complejiza aún más las dificultades que hay en torno a la definición de este sector en las economías latinoamericanas.

Capítulo I

Marco teórico

1.1. Definiciones del concepto “informalidad laboral”

Son casi ya 50 años en los que se habla de “informalidad laboral”. Muchos autores e instituciones, de acuerdo a su experiencia o a sus datos recopilados, han tratado de describirla y de definirla. Sin embargo, el debate no ha terminado y las formas que se tienen para abordarlo, y así brindar una estimación de su tamaño, son engañosas debido a la misma complejidad de las redes sociales que se construyen en torno a la “informalidad”, a la diversidad de oficios o labores que podrían ser incluidos en esta categoría, y a las lógicas sociales que se presentan en territorios urbanos específicos de fuerte perfil comercial.

Es por eso que nos interesa reconstruir el fenómeno de El Madrugón, como un espacio social en el que un alto número de comerciantes de la confección se disponen a vender de manera informal lo que han producido o conseguido de la misma manera. Es decir, hablamos de un fenómeno urbano marcado fuertemente por prácticas y relaciones sociales comerciales y productivas en donde el actor estatal tiene poca o nula participación, y donde el movimiento propio

de los individuos de acuerdo a sus recursos económicos, sociales y culturales es la constante en este trabajo sobre la “informalidad urbana” en Bogotá.

El fenómeno de El Madrugón surge como una de las tantas manifestaciones de la informalidad por parte de la población en situación de pobreza o de no vinculación al sector formal de la economía. Este nuevo espacio también surge como un territorio adaptado ante la necesidad de comerciantes que habían sido desalojados de la Plazoleta de San Victorino durante la administración del ex alcalde Enrique Peñalosa (1998-2001).

Por una parte, el objetivo de este capítulo es presentar algunos de los elementos aportados por los distintos enfoques teóricos para comprender algunas de las características de cada una de las dos microempresas familiares de la confección cuyo nicho de mercado es El Madrugón. Los enfoques más representativos y cuyos planteamientos intentaremos reconstruir acá son el *estructuralista* y el *institucionalista*.

Por otra parte, se señalará cuál es la definición de informalidad sostenida por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), institución encargada en Colombia de la medición de este sector de la economía. Lo anterior se debe a la importancia de contextualizar y señalar la evolución de la población colombiana que ha estado vinculada a trabajos considerados “informales”. Añadido a esto, se presentará cómo ha sido la evolución del sector informal de acuerdo a las mediciones que esta institución ha hecho y la composición poblacional de este fenómeno. Con este último apartado se busca ilustrar varias características de la pobla-

ción vinculada a actividades informales, y resaltar la idea de heterogeneidad del mercado laboral en este sector de la economía. A partir de estos objetivos, se comprenderá por qué la informalidad es un fenómeno social complejo de definir, de delimitar, y, más aún, de concluir rotundamente sobre él.

1.2. Antecedentes del concepto “informalidad laboral”

Uno de los primeros esbozos conceptuales que se realizaron en América Latina para aprehender la realidad socioeconómica de los migrantes rurales en las ciudades fue el concepto de marginalidad. Este término, según Fernando Cortés, “intenta describir el proceso a través del cual una serie de actores sociales que habían sido incluidos en los frutos del desarrollo (...) son excluidos (especialmente del mercado laboral)...” (Guerra, 2007: 25).

Autores como Aníbal Quijano explicaban el fenómeno de marginalidad y de subcultura de la población pobre que había migrado del campo a las ciudades de la siguiente forma: el fenómeno era “provocado por una estructura social que implicaba una fuerte concentración de la riqueza (en particular la tierra). Estos migrantes rurales, no pudiendo ser absorbidos por el sector moderno de la economía, tuvieron que desarrollar actividades que les permitiera alcanzar un ingreso [y] al mismo tiempo mantener lazos de solidaridad, pues también se encontraban excluidos de los sistemas de producción social” (Herrera, Roubaud y Suárez, 2004: 13).

Dentro de los mismos planteamientos, se hacía referencia a este sector de la sociedad como si fuera excluido del conjunto de la misma. En otras palabras, se pensaba que la sociedad estaba dividida en dos sectores: uno moderno y otro tradicional, el cual estaba excluido o marginalizado del progreso. Este planteamiento fue expuesto por el Centro de Investigación y Acción Social Desarrollo Social para América Latina (DESAL), y era conocido como la teoría dualista, ya que daba por hecho que había dos espacios, dos poblaciones, dos formas de vida, totalmente independientes, la una de la otra. Por lo general de este sector tradicional se decía que estaba ubicado periféricamente de los centros urbanos y modernos (Pok y Lorenzetti, 2007: 5).

El enfoque estructuralista

Algunos de los autores o instituciones que han hecho planteamientos sobre el tema han sido Keith Hart (1973), el Programa de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Alejandro Portes (2004), entre otros.

Uno de los primeros investigadores en señalar algunas características del sector fue el antropólogo inglés Keith Hart en un estudio de campo realizado en Ghana (África). Su principal observación sobre el fenómeno de la informalidad estaba enfocado hacia la continua estrategia de las personas de auto-emplearse para generar recursos que permitieran su supervivencia y la de sus familias. Este sector era paralelo

al empleo asalariado o formal, el cual estaba protegido por garantías expuestas en las leyes. En su trabajo: *Informal Income Opportunities and Urban employment in Ghana* (1973), expuso algunas de las características del sector informal urbano. Algunas de ellas son: una baja cualificación laboral o profesional de las personas; la baja participación del capital económico en estas actividades frente a una alta participación de la familia; una reducida escala de operaciones o una organización reducida de la división del trabajo bajo uso de tecnologías y la existencia de trabajos no regulados (Guerra, 2007: 26).

Posterior al planteamiento hecho por Hart en los primeros años de los setenta, la OIT retomó el concepto y lo volvió casi sinónimo de “pobreza”, según afirman Portes y Haller (2004:9). En su texto, *La economía informal*, estos autores señalan algunas de las características atribuidas por la OIT al sector, entre esas están: 1. Pocos obstáculos al ingreso; 2. Propiedad familiar de las empresas; 3. Reducida escala de operaciones; 4. Métodos de producción que emplean gran densidad de mano de obra y tecnologías obsoletas; y 5. Existencia de mercados no regulados y competitivos (Ibíd., 2004: 9-10).

Entre tanto, la acuñación e institucionalización de la visión estructuralista comenzó con el origen de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), según el investigador José Antonio Ocampo. Y agrega este autor que la explicación de la CEPAL sobre el fenómeno de la “informalidad” fue la siguiente:

El método se vino a denominar con el tiempo “histórico-estructural”. Lo distintivo de este método es el énfasis sobre la forma como las instituciones y la estructura productiva heredadas condicionan la dinámica económica de los países en vías de desarrollo, y generan comportamientos que son diferentes a los de las naciones más desarrolladas. Este método analítico indica que no hay “estadios de desarrollo” uniformes, que el “desarrollo tardío” de nuestros países tiene, en otras palabras, una dinámica diferente al de aquellas naciones que experimentaron un desarrollo más temprano.¹

La importancia de los planteamientos cepalinos reside en que varias instituciones, entre ellas, la OIT y el PREALC, retomaron la idea de la heterogeneidad estructural como característica central de las economías latinoamericanas. Con estas bases teóricas, las investigaciones del PREALC adoptaron a finales de los años ochenta una visión metodológica que identificaba al sector informal como el formado por “trabajadores y/o empresas en actividades no organizadas que usaban procedimientos tecnológicos sencillos y trabajaban en mercados con poco acceso a créditos cuya planta suele estar entre cinco y diez trabajadores sin prestaciones sociales; [con] predominio de trabajadores por cuenta propia; relaciones salariales atípicas; y nula participación del Estado en las

¹ Ver página web [<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/19371/ocampo.htm>].

relaciones contractuales” (Cervantes, Gutiérrez y Palacios, 2008: 27).

De una manera más sucinta, los autores José I. Uribe y Carlos H. Ortiz en su documento: *Una propuesta de conceptualización y medición del sector informal*, afirman que la teoría estructuralista explica que “el sector informal es el producto de la falta de correspondencia, tanto cuantitativa como cualitativa, entre la demanda y la oferta de trabajo, la cual, a la vez, es el resultado de la forma en que la estructura económica incide en el mercado laboral” (2004: 4). Es importante mencionar acá la influencia que tienen los procesos de migración de amplios grupos sociales a los grandes centros urbanos, pues es un elemento que configura un mercado laboral más competido y en donde el sector formal no tiene la capacidad de generar igual número de puestos, según los niveles de mano de obra disponibles (Flórez, 2003).

El sector informal de la economía surge entonces a partir de la estructura económica con un sector moderno que no genera suficiente trabajo de calidad y tampoco emplea de manera suficiente a la población en edad de trabajar. Puede decirse también que el fenómeno de la informalidad se caracteriza porque emplea, de manera abundante, a trabajadores no calificados cuyas remuneraciones son menores a las que existe en el sector más desarrollado de la economía de un país (Uribe y Ortiz, 2004: 5).

No obstante, aún hay otro elemento que puede dar más luces sobre la diferencia que hay entre ambos sectores de la economía: mientras en el sector moderno la lógica que tienen los individuos es acumular capital económico, reproducirlo

y generar cada vez mayor productividad, en el ámbito de la informalidad, “se impone la lógica de la subsistencia ante las bajas remuneraciones” (Ibíd., 2004: 6), es decir, que desde la visión estructuralista, la informalidad es vista como un sector con una lógica propia en donde se trabaja para garantizar la subsistencia.

Pero no se puede ser tan tajante al afirmar que toda actividad económica que se realice en el ámbito de la informalidad se haga con la intención de *subsistir*, pues hay fenómenos o situaciones que dentro de la informalidad y la ilegalidad se prestan para acumular riqueza (Portes, 2004: 10-11).

Otras características que Uribe y Ortiz le atribuyen al sector informal son la escasa participación de seguridad tanto social como pensional, la inestabilidad en el trabajo, las reducidas oportunidades de progreso laboral, las deficientes condiciones de trabajo (ausencia de contrato escrito, trabajo en la calle, ausencia de condiciones laborales seguras e higiénicas, etc.) (Ibíd., 2004:7), la escasa o nula inversión en la cualificación de la mano de obra, entre otras.

No sobra mencionar que estas características se dieron, al menos en América Latina, en un contexto en el que el Modelo de Desarrollo de Sustitución de Importaciones estaba empezando a implementarse, lo cual hacía que personas del ámbito rural, con baja o nula formación académica y técnica, migraran a las ciudades en donde las grandes empresas funcionaban (Portes y Robers, 2005: 5). Sin embargo, este proceso de modernización de las ciudades ha sido el que ha alterado los flujos migratorios, convirtiéndose así la población en un

problema de alta demanda laboral frente a pocas alternativas laborales formales (Cortés, 2003: 594).

Ese escenario de industrialización y de migración rural hizo necesario emplear en el sector formal a grandes cantidades de personas, pero con el tiempo y con el uso de nuevas máquinas, la utilización intensiva de mano de obra disminuyó, lo cual contribuyó a que el sector tradicional (Cortés, 2006) se quedara rezagado y aumentará el tamaño de la población vinculada a este sector. En otras palabras, esto hizo que un buen número de personas se quedara en las ciudades sin la posibilidad de ser contratadas por una empresa legal (Herrera, Roubaud y Suárez, 2004: 13). En palabras del PREALC, pasó lo siguiente:

[Se] ligó el surgimiento del sector informal a la dinámica demográfica que estaba afectando a las zonas urbanas y que indujo un aumento desmedido de la mano de obra disponible en los mercados de trabajo y que excedía su capacidad de absorción, lo cual incrementó el desempleo y obligó a muchos trabajadores migrantes, a buscar alguna forma de trabajar y sobrevivir (citado por los autores, 2004: 26).

Ahora bien, puede que exista la posibilidad de acceder a un empleo con las garantías otorgadas por la ley, pero por falta de formación académica no hay correspondencia entre el trabajo ofrecido y la mano de obra disponible.

La situación se agrava cuando el sector más productivo tiende a estrecharse y a precarizarse o cuando en el sector público se decide acabar o vender empresas, reducir nóminas,

fusionar entidades, etc. Pero entonces, ¿cómo solucionar el problema? ¿Capacitando a grandes capas de la población?, ¿reduciendo impuestos para incentivar la llegada de nuevos capitales económicos o la creación de empresas con necesidad de grandes cantidades de trabajadores? Estas soluciones, que han sido las implementadas por los Estados para reducir esa gran masa de informales, irían de la mano con los costos que según el PREALC y la OIT no promoverían el proceso de formalizar nuevas empresas. Estos costos² son principalmente del ámbito institucional que las mismas empresas deben asumir.³

Dentro de la perspectiva estructuralista, un autor importante ha sido Alejandro Portes, quien es uno de los principales exponentes dentro esta teoría. Cabe mencionar que dentro de sus planteamientos, este autor retoma algunos elementos de la teoría institucionalista para polemizar sobre el rol que tiene el Estado, uno de los principales actores ante el escenario de precariedad social. Es importante aclarar esto para entender porqué es difícil tener una definición clara del concepto de informalidad.

² Para el caso de Colombia, un costo económico que deben asumir todas las personas que decidan formalizar su empresa es el impuesto de los parafiscales. Los recursos percibidos por el Estado mediante esta política tributaria están dirigidos principalmente a financiar programas sociales e instituciones públicas como el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), o el Servicio de Aprendizaje Nacional (SENA).

³ En este punto, es importante aclarar en la discusión del tema de la informalidad laboral, la palabra “obstáculo” es asociada con la postura *institucionalista*, de la cual el peruano Hernando de Soto es su principal exponente.

Entre los planteamientos hechos por este autor, desde el enfoque estructural, citamos a la autora María Paula de Büren:

El estructuralismo, a través de Portes y Schauffler, reafirma (...) que “...el sector informal es definido como actividades económicas no reguladas, relacionadas con el sector moderno pero subordinadas a él...” (Portes y Schauffler, 1995: 155); lo que no está lejos de afirmar que la economía informal “refiere una forma determinada de relaciones de producción que genera ingresos” (Castells y Portes, 1990: 22), que los procesos de la economía informal suceden en toda la estructura social, que la pobreza y marginación son la exteriorización de una dinámica social establecida por la forma de articulación del sector formal con el informal (3-4).

La causa por la cual los autores afirman que la informalidad es un sector “subordinado” al formal es porque de alguna forma los dos se relacionan para cumplir una función sobre cómo reducir costos, permitir reproducción de la mano de obra de forma más barata o mayor acceso a determinados bienes y servicios, maximizar utilidades, “agilizar la rotación de inventarios”,⁴ etc.

Al interior del enfoque estructuralista, Portes ha sido catalogado también como *funcionalista*, pues advierte que las actividades informales tienen objetivos como los acabados de mencionar y que pueden estar relacionados con el mundo

⁴ Ver Medina, Lina. “Comercio callejero: sistema racional de distribución minorista”, p. 41.

formal. Esto depende necesariamente del contexto de las unidades de análisis que se estén investigando.

La tipología funcional que Portes y Haller (2004) realizan sobre el sector informal es la siguiente:

En primer lugar, la supervivencia de una persona o de un hogar a través de la producción directa con fines de subsistencia o de la mera venta de bienes y servicios en el mercado. En segundo lugar, pueden estar orientadas a mejorar la flexibilidad de la gestión y reducir los costos laborales de las empresas del sector formal a través de la contratación “fuera de plantilla” y la subcontratación de empresarios informales. En tercer lugar, pueden estar organizadas por pequeñas empresas con el objeto de acumular capital, aprovechando las relaciones de solidaridad que puedan existir entre ellas, la mayor flexibilidad y los menores costos. Estos tres tipos se denominan, respectivamente, economías informales de supervivencia, explotación dependiente y crecimiento (Citado por los autores: 13).

Una primera conclusión desde este enfoque es la siguiente: la informalidad no se presenta, en primer lugar, por voluntad de las personas sino que obedece a un problema estructural económico y político al no existir una articulación acorde entre las grandes masas de la población y los sectores modernos y productivos del país. Económico, porque son miles de personas las que no pueden acceder a un empleo digno y estable con un salario que les permita vivir y no sobrevivir. Y político, porque han sido las decisiones de este ámbito las

que han estimulado modelos productivos sin prever muy bien las consecuencias de esto.

El enfoque institucionalista y sus teorías

Este enfoque explica la característica del sector informal, el cual es visto como el resultado de las instituciones que se encargan de regular o controlar las actividades relacionadas con el ámbito laboral.

Uno de los principales exponentes es el autor peruano Hernando de Soto, quien afirma que la responsabilidad principal de la informalidad está en manos del sistema legal y en los obstáculos que el ordenamiento jurídico impone a las personas en general, pero con una mayor fuerza a las de bajos recursos. A esta conclusión llega De Soto después de realizar una extensa y detallada investigación que presentó en el texto *El otro sendero* (1990).

Por ejemplo, uno de los casos en los que el autor sustenta su tesis es el de la “tramitomanía” que una persona en Perú debe realizar para lograr legalizar su empresa:

Los resultados arrojaron que una persona (...) debía tramitar durante 289 días antes de obtener los once requisitos previos a la instalación de una pequeña industria. [Por otra parte]... se incurre en un costo por trámites equivalente a 194.4 dólares. Además, la espera de casi 10 meses para iniciar las actividades produce una pérdida de utilidades netas equivalentes a 1036.6 dólares; de manera que el costo total de acceso a la pequeña industria formal, para una

persona natural, es de 1231 dólares, equivalente a 32 veces el sueldo mínimo vital (De Soto, 1990: 174).

Sin embargo no hay que olvidar que en los Estados de derecho hay una normatividad que se ha creado para reglamentar la formalización y funcionamiento de las empresas. Por ejemplo, Uribe y Ortiz (2004), en su texto nos señalan que hay obligaciones “tributarias (impuestos a la renta, a las ventas, de industria y comercio, prediales, etc.), laborales (salario mínimo, pensiones, cesantías, parafiscales), y el pago de servicios públicos (usualmente más altos que los servicios públicos domiciliarios) (Uribe y Ortiz, 2004: 15).

Lo anterior, sin contar, según De Soto, los costos indirectos como pagos a terceros, que deben realizar quienes desean formalizar su situación comercial o laboral, ante el Estado para poder así agilizar los trámites. Es por esto que quienes hablan desde el enfoque institucionalista lo hacen haciendo hincapié en las fuertes restricciones que el mismo actor que regula y controla, impone a los ciudadanos en situación de “informalidad”. No sobra advertir también que quienes están en esta situación tienen mayor número de obstáculos para el acceso al crédito formal bancario, pues no tener un respaldo legal de su establecimiento, negocio o industria, implica en ocasiones no ser reconocidos por el sistema financiero y, por ende, que sus posibilidades de acceder a créditos legales sean escasas. De ahí que recurran a otras fuentes informales para financiar sus actividades económicas.

Sin embargo, hay otros elementos que estructuran los planteamientos de este enfoque. Por ejemplo, ante la posibi-

lidad de decidir si formalizar o no su situación, los individuos sopesan entre el costo que deben asumir por acceder y permanecer en la “formalidad” *versus* el costo de seguir siendo informales. En palabras de los autores Uribe y Ortiz: “Si el beneficio neto de ser informal es mayor (menor), la gente optará por la informalidad (formalidad)” (2004: 15).

En síntesis, la situación de informalidad de los individuos se da ante la acción voluntaria de los mismos al sopesar lo que les costaría formalizar su situación frente a si permanecen como están. Esto contando con que el principal obstáculo son los costos y los tiempos que se desprenden de la arquitectura institucional y legal de cada Estado.

Ante tal situación, desde el enfoque institucionalista se habla de reducir los trámites y requisitos que debe cumplir una persona para registrar su negocio o su empresa, es decir, de adelgazar la estructura institucional. De hecho, De Soto plantea su solución para el caso peruano en una conferencia realizada en 1987 en la Universidad Católica de Chile: “Quitar todo lo que es la ley y los reglamentos y llegar a una situación de libertad total para que el Perú pueda producir” (Conferencia de De Soto, 1987: 28). Esto en aras de reducir al mínimo los obstáculos que debe enfrentar un empresario popular que está inmerso dentro de una economía no reconocida y que mueve amplias sumas de dinero, según se desprende de los estimativos del investigador peruano. Para tener una idea al respecto, cabe citar el siguiente párrafo de la misma conferencia:

En primer lugar, descubrimos que la vivienda del informal en Lima no era, como decían las estadísticas oficiales, el 14% del total, sino el 42%. Actualmente, de cada 10 edificios que se construyen en Perú, siete se están levantando informalmente y solamente tres dentro de la ley. Es decir que dentro de uno, dos o tres años vamos a llegar a que el 50% de las ciudades peruanas son construidas al margen de la ley. (Ibíd., 1987: p. 25.).

Esto ha dado pie para que Portes y Haller interpreten las palabras de De Soto como si el trabajo informal fuera el “verdadero mercado”, pues no está regulado por el Estado (Citado por Portes y Haller, 2004: 15). Además, este actor también es visto por el investigador peruano como un ente que está captado por una élite reducida que “aprovecha los beneficios de la protección y de los recursos del Estado, ya sea aplicando directamente las normas con exclusión de los demás, o indirectamente mediante el soborno de los funcionarios” (Ibíd., 2004: 24). Debido a esto, De Soto llama de manera abstracta a estos entes como “Estados Mercantilistas”.

Ante el planteamiento hecho por este último autor, Portes y Haller afirman que hay una paradoja que está relacionada con el control que el Estado tiene sobre las actividades económicas. Es por las características de esta paradoja, y sobre todo por el actor, que se decide ponerla en el enfoque institucionalista. Ahora bien, ¿en qué consiste este planteamiento?

Como se ha dicho, el Estado es un actor que regula, controla y formaliza las relaciones en el sector moderno o formal de la economía, que en otras palabras es “la regulación

del trabajo en su forma empleo”, uno de cuyos efectos es la regulación del ingreso y la salida del trabajador del mercado laboral (Prieto, 2000: 28). Sin embargo, Portes y Haller, citando a Lomnitz, dicen que “la paradoja del control del Estado [está en] que los esfuerzos oficiales por desterrar las actividades no reguladas mediante la proliferación de [nuevas] reglas y controles muchas veces refuerzan las propias condiciones que generan esas actividades” (Portes y Haller, 2004: 22). Es decir, cuando los niveles de regulación aumentan, es posible predecir que las actividades informales se incrementarán, aunque no se puede saber exactamente cuál será la magnitud de su crecimiento.

Ahora, la aparición de actividades informales es bien relativa y depende de variables como el Estado y la rigidez de sus controles, de los espacios físicos y los tiempos en que se implementen las nuevas normativas. Por ejemplo, en los Estados de la Europa septentrional, a pesar de tener un sistema regulatorio muy amplio, se manejan niveles de informalidad bajos (Ibíd., 2004: 24). Desde luego, esto tiene que ver mucho con las garantías que le otorga el sistema social de un Estado, en particular, a cada uno de los ciudadanos. También puede influir el respeto y la cultura por parte de los individuos que conocen las protecciones que les otorga el Estado y saben a qué instituciones deben dirigirse en caso de verse desamparadas y sin empleo. Frente a esto, cabe hacer la siguiente cita:

Es poco probable que una población acostumbrada a que la forma habitual de trabajo sea el empleo remunerado, que canaliza sus demandas a través de los sindicatos y

otras asociaciones formales, y que puede capear los períodos de recesión económica mediante la ayuda del Estado y las prestaciones de desempleo, organice una economía subterránea (Portes y Haller, 2004: 25).

Otra paradoja que exponen Portes y Haller (2004) está relacionada con las consecuencias de una posible desregulación del Estado en los espacios económicos. Esta paradoja es la de la “inserción” (*embeddedness*)⁵ y el problema señalado por los autores es que ante la falta de Estado, “¿quién habrá de controlar a los productores inescrupulosos y los proveedores de bienes adulterados y a quienes no pagan los créditos?” (Ibíd., 2004: 15). En otras palabras, la preocupación está dirigida a preguntar qué mecanismos efectivos hay entre quienes tienen una relación económica informal para que ninguna de las dos salga perjudicada y para saber que la transacción comercial no tiene fines ilegales (Ibíd., 2004: 16).

Cabe decir que al no estar mediadas por ninguna “autoridad formal” ni por el Estado, las relaciones informales quedan sujetas a factores como “la confianza en el otro” o al miedo y la coerción como métodos para asegurar efectividad en el objetivo de la relación económica. Al respecto vale señalar una frase de Altman citada por los dos autores: “La confianza es un requisito fundamental para el funcionamiento de la segunda economía... El hombre debe ser esclavo de su palabra” (citado por Portes y Haller, 2004: 18).

⁵ Traducido al español es “integrado”.

Si el Estado es el actor desde el cual lo informal surge al definir las relaciones laborales empleador-empleado del sector formal, el problema queda resuelto si se omite o elimina lo formal, es decir, todo lo que es regulado por el Estado. Ante esto las relaciones sociales económicas dependerían de la incertidumbre en las relaciones de oferta y demanda en escenarios de informalidad o de eslabones sociales (2004: 16), pero en un escenario de desprotección legal ante cualquier vulneración. Lo que se debería analizar, entonces, es: ¿qué tanto la competencia desregularizada (grandes contra pequeños), donde no hay control formal, contribuye a una distribución equilibrada del ingreso, de las oportunidades laborales, educativas y crediticias?

Al tomar en cuenta las anteriores atribuciones hechas al sector informal podemos afirmar temporalmente que éste se caracteriza por no presentar fuertes restricciones en el acceso; usar tecnologías atrasadas o de bajo nivel industrial; tener bajos niveles de productividad; disponer de una reducida o nula presencia de prestaciones legales; presentar una alta participación de población con mano de obra poco calificada, así como de condiciones de trabajo precarias o atípicas; poca o nula regulación del Estado; altos índices de auto-empleo o trabajo por cuenta propia; y alta participación de empresas familiares. Hay que resaltar entonces la compleja heterogeneidad que caracteriza a este sector de la economía y donde las reglas que identifican las relaciones sociales en este sector son, en algunos casos, ambiguas y están dadas por acuerdos frágiles o muy flexibles, cuando el elemento de la solidaridad o estabilidad no están presentes. En otros casos, las relaciones

informales establecidas están mediadas más por la fuerza, la coerción, la amenaza y la violencia que por la solidaridad entre las partes.

La informalidad y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE)

El DANE es la institución colombiana que se encarga de recolectar, procesar, organizar y presentar las cifras oficiales de la población en áreas como el comercio, la salud, la educación, la edad poblacional, el mercado laboral, etc. Respecto al tema laboral, esta institución se encarga de saber cuántos ocupados, desempleados, empleados, cesantes, población en edad de trabajar, trabajadores formales e informales hay en determinados períodos de tiempo y en ciertas áreas del territorio nacional.

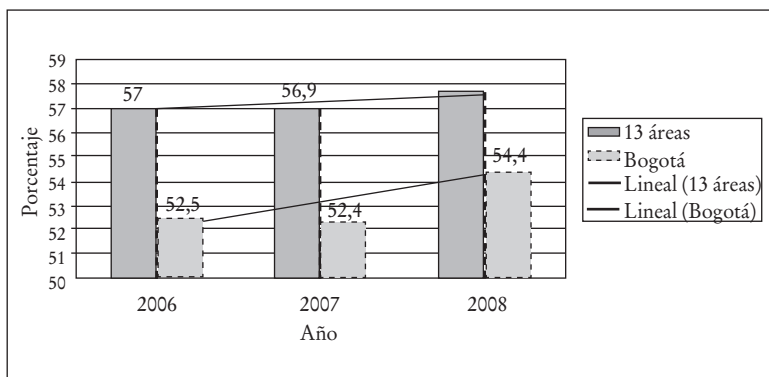
Para realizar esto en relación al trabajo informal en Colombia, esta entidad ha retomado la conceptualización sobre “informalidad” planteada por el PREALC. Algunos de estos ítems son:

1. Los empleados particulares y obreros que laboren en establecimientos, negocios o empresas que ocupen hasta diez personas en todas sus agencias y sucursales, incluyendo al patrono y/o socio.
2. Los trabajadores familiares sin remuneración.
3. Los trabajadores sin remuneración en empresas o negocios de otros hogares.
4. Los empleados domésticos.

5. Los trabajadores por cuenta propia, excepto los independientes profesionales.
6. Los patrones o empleadores de empresas de diez trabajadores o menos.
7. Se excluyen los obreros o empleados del gobierno.

A pesar de que ésta ha sido la definición con la cual se ha estado midiendo la población en situación de informalidad laboral en Colombia, autores como Flórez y Núñez, entre otros (citado por Uribe y Ortiz, 2004: 26), señalan que con ésta es complejo entender el fenómeno debido a la amplitud y delimitación de la misma. Más difícil resulta aún la estructuración e implementación de políticas cuando no se tiene discriminado un universo tan diverso como éste.

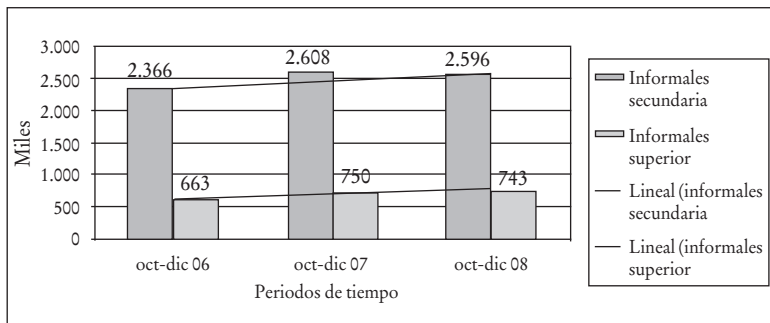
Gráfica 1. Porcentaje de informalidad oct-nov (2006-2008)



Fuente: elaboración del autor con base en los datos disponibles en el portal web del DANE.

En cuanto a las mediciones realizadas, Colombia no ha sido ajena a las tendencias de varios países en los que cada vez un mayor porcentaje de la población se vincula al sector informal de la economía como forma de generar ingresos. Mientras que en los últimos tres años ha habido un leve incremento en el porcentaje de informales en las 13 áreas donde se mide la tasa de informalidad, en Bogotá la situación no ha variado mucho: hubo un aumento en 2 puntos porcentuales más que en el año 2006. Sin embargo, a partir de la Gráfica 1, es claro ver que en este período de tiempo la tendencia ha ido en aumento y, por cierto, cada vez hay más personas realizando trabajos en el área informal de la economía.

Algunas razones que explican este incremento, está relacionado con el aumento de personas que migran a la ciudad (Bogotá) en búsqueda de nuevas oportunidades laborales. Está también relacionado con la deserción escolar por parte de otros miembros de la familia (hijos mayores que están cursando o han cursado estudios de secundaria), pues éstos dejan de estudiar y buscan nuevas fuentes de ingreso en el mercado laboral informal (ver gráfica 2). Incluso la informalidad está vinculada a un número cada vez mayor de personas desplazadas de varias regiones del país que llegan a la capital colombiana a vincularse a actividades económicas informales. Y aunque no puede afirmarse que más personas del sector formal estén ahora trabajando de manera “informal”, sí podemos advertir el reto de las autoridades locales y nacionales, en relación con el intento por controlar o reducir el aumento de actividades informales en Bogotá, así como supervisar que las relaciones laborales se desarrollen de acuerdo a la ley.

Gráfica 2. Escolaridad población informal

Fuente: elaboración del autor con base en los datos disponibles en el portal web del DANE.

La población de trabajadores informales también está compuesta en mayor medida por personas que han cursado estudios secundarios y que han decidido auto-emplearse realizando labores que les permita conseguir ingresos de manera rápida. De allí la importancia de construir una política pública dirigida a estudiantes de secundaria para que se les brinde un proceso de formación más competitivo y de calidad para así articular el acceso a la educación técnica y universitaria así como al mercado laboral. No obstante, cabe decir que la calidad del trabajo no está definida únicamente por la calidad de la formación de la población; hay otras presiones o urgencias económicas como el aumentar la competitividad que impacta la creación de empleo, el incremento de los salarios, la permanencia como empleado en el sector formal de la economía y, por ende, la calidad de vida de las personas.

1.3. La teoría de los campos, una teoría bourdiana

Teniendo en cuenta que esta investigación se centra en las estrategias de producción desarrolladas por unidades de trabajo de la confección ligadas al fenómeno de El Madrugón, el uso de la teoría del francés Pierre Bourdieu nos permitirá reconstruir de manera minuciosa el mundo social de éstas y la forma en que están relacionadas con dicho fenómeno (estructura estructurante, lo objetivo). Además nos podremos dar cuenta sobre cómo El Madrugón (la estructura) ha ido estructurando las unidades de trabajo de la confección y quiénes trabajan al interior de estas unidades (las estructuras estructuradas). Además, es importante anotar que los agentes de este mercado popular tienen una serie de elementos que permiten no sólo el ingreso, sino la reproducción de las actividades productivas y comerciales.

De igual manera, es importante anotar que una aproximación desde la teoría de los capitales a un fenómeno informal nos permitirá entender mejor el tipo de relaciones que se construyen no sólo alrededor de un fenómeno urbano, sino también tener más elementos para enriquecer los debates sobre informalidad. También nos permitirá comprender parcialmente cómo se fue definiendo e institucionalizando lentamente en la economía popular bogotana un espacio como El Madrugón.

De otro lado, este análisis nos dará pie para hacer una aproximación sobre cómo esas estructuras se incorporan a los agentes trabajadores mediante los *habitus* y las prácticas que ellos han desarrollado a lo largo de su trayectoria de vida, y cómo éstos implementan ese *habitus* a partir de *estrategias*

que conlleven siempre al mayor ingreso económico posible. A partir de este análisis podremos observar a cuáles agentes favorece o no la estructura de este mercado, cómo los favorece, y a la vez cómo estos agentes construyen el campo a partir de sus estrategias, de sus prácticas, de sus *habitus*. Hay que decir que los *campos* para el sociólogo francés Pierre Bourdieu son unos espacios sociales que se caracterizan por las fuertes disputas que enfrentan a los agentes, quienes tienen diferentes magnitudes de poder (económico, social, cultural, simbólico, etc.), de participación y de injerencia sobre un campo particular (económico, político, académico, etc.).

En la sociología y antropología contemporáneas, Bourdieu fue uno de los pensadores que propuso un replanteamiento para entender los constantes dualismos entre individuo y sociedad, o estructura y acción (de Oliveira y Salles: 2003). Sus planteamientos y conceptualizaciones están englobados en lo que él llama “campo”, y es allí donde objetividades y subjetividades se encuentran, convergen y construyen el mundo social de manera *relacional*, es decir, en la medida en que un objeto se define respecto a otro(s). Sin embargo, eso que Bourdieu llama *campo* no es construido deliberadamente por quienes participan o están inmersos en él. Antes bien, los campos se configuran de acuerdo a las posiciones o jerarquías que ocupan o vayan ocupando los *agentes*, es decir, según la distancia en que se encuentra cada posición en la jerarquía medida por las diferencias e intereses que puedan existir entre o desde una y otra posición (P.E. Jefe-empleado, microempresarios-proveedores, microempresarios-clientes,

etc.). Cabe anotar acá qué entiende exactamente Bourdieu por “campo”:

Un campo puede definirse como una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) –cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo– y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.” (Wacquant y Bourdieu, 1995: 64).

Es importante hacer un paréntesis para decir que el concepto de *dominación* será tomado de los planteamientos hechos por Max Weber en su texto *Economía y Sociedad*. Para este autor, “‘dominación’ (...) es la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado para mandatos específicos (o para toda clase de mandatos)” (Weber, 2005: 170). Esa obediencia puede descansar en la práctica en una mixtura de motivos afectivos, ideales y puramente racionales. Quien espera encontrar respuesta a sus órdenes cuenta con un *cuadro administrativo*, según Weber, para garantizar esa obediencia (2005: 170), la cual es manifestada mediante su conducta. Este concepto es importante en la medida en que en las actividades informales se encuentran relaciones económicas de dominación basadas en diferentes situaciones de

vulnerabilidad, elemento este que puede ser aprovechado por las redes de trabajo productivo, y por agentes que controlan diversos espacios de poder vinculados a El Madrugón. Es esto lo que nos permitirá explorar la teoría bourdiana al igual que identificar en dónde se presentan las mayores tensiones sociales al interior de los campos y en sus disputas por el poder inherente a él. Además, nos dará pie para entender, desde otra perspectiva, porqué los individuos luchan por incorporarse a un campo sin garantías contractuales y de frecuentes luchas comerciales.

Ahora bien, la estructura de los campos siempre está determinada por las tensiones o fuerzas que existen entre quienes ocupan las posiciones de esa estructura (1995: 65). Pero más allá de eso, cada agente que ocupa un lugar dentro del *campo*, dispone de “*capitales*”, los cuales utiliza para realizar su tarea o participar en el “juego” que el campo le plantea, y para influir en el bien, sea modificándolo o conservándolo. En palabras de Bourdieu: “Un capital o una especie de capitales es el factor eficiente en un campo dado, como arma y como apuesta; [y] permite a su poseedor ejercer un poder, una influencia, [y] por tanto, *existir* en un determinado campo...” (1995: 65). El tipo de capitales que puede poseer un agente son de tipo social, cultural, simbólico, económico, entre otros.

Para Bourdieu, el “*capital*” que cada agente disponga es parte indispensable para su ingreso y permanencia en el juego, pues de no contar con alguno de ellos la influencia del agente en la estructura y más aún en el *campo* sería mínima, por no decir nula. En otras palabras, para poder hacerse a un espacio es imprescindible contar en alguna medida con el capital

motivo de disputa por los agentes. De aquí resulta importante preguntar por el tipo de esfuerzos y de capitales hechos por las autoridades distritales que llevaron a la construcción social de El Madrugón. Conviene preguntarse también hasta qué punto el poder y la influencia de las autoridades desencadenó un nuevo campo de poder y de disputas comerciales. Recordemos acá la paradoja planteada por Portes y Haller en el sentido de que el interés de los Estados por controlar determinadas actividades, sólo logra que se desarrollen en una magnitud y condiciones distintas a las iniciales.

En este documento, los agentes de El Madrugón, cuyos casos han sido reconstruidos acá, se encuentran inscritos en el campo económico por estar concentrada su actividad exclusivamente en intercambios comerciales o transacciones económicas. No quiere decir esto que este campo sea construido únicamente desde este ámbito: otros como el capital cultural, tecnológico, político, etc., han tenido que ver también con su configuración social.

En este caso, “los agentes –es decir, las empresas, los microempresarios, los proveedores, los operarios, etc.– crean el espacio, esto es, el campo económico, que sólo existe por los agentes que se encuentran en él y que deforman el espacio próximo a ellos confiriéndole una estructura determinada” (2005: 221), e incluso un sentido de pertenencia.

Como ya se dijo, los capitales que son de tipo cultural, social, simbólico, político, etc., tienen expresión en el campo que se esté estudiando y Bourdieu los define así:

El capital financiero es el dominio directo e indirecto (por medio del acceso a los bancos) de recursos *financieros* que son la condición principal (con el tiempo) de la acumulación y la conservación de todas las otras formas de capital. El capital tecnológico es la cartera de recursos *científicos* (potencial de investigación) o *técnicos* (métodos, aptitudes, rutinas y conocimiento práctico únicos y coherentes, capaces de disminuir el gasto en mano de obra o capital o aumentar el rendimiento) susceptibles de ponerse en juego en la concepción y fabricación de los productos. El capital comercial (fuerza de venta) obedece al *dominio* de redes de distribución (almacenamiento y transporte) y de servicios de *marketing* y de posventa. El capital social es el conjunto de los recursos movilizados (capitales financieros, pero también información, etc.) a través de una red de relaciones más o menos extensa y más o menos flexible que procura una ventaja competitiva al asegurar *rendimientos* más elevados de las inversiones. El capital simbólico radica en el dominio de recursos simbólicos fundados en el conocimiento y reconocimiento, como la imagen de *marca*, la fidelidad de la marca, etc.; poder que funciona como una forma de crédito, supone la confianza o la creencia de quienes lo padecen porque están dispuestos a otorgar crédito... (Bourdieu, 2003: 223).

El objetivo de presentar esta tipología es explorar cómo los diferentes capitales de los agentes se relacionan y van estructurando paralelamente tanto en el ámbito de la produc-

ción como en el de la comercialización de las dos unidades de trabajo objeto de este estudio.

Respecto al campo político, dice Bourdieu, el juego de los actores en este ámbito se define por las apuestas hechas y por el control del monopolio y de la legitimación de los bienes políticos propios del Estado como las armas, la acción pública, el territorio, entre otros elementos (Bourdieu, 1999: 16). Las luchas al interior de este campo están dadas entonces por poderes simbólicos distintos en magnitud de acuerdo a la posición que ocupe cada actor, pero siempre en dirección a disputar o acumular un capital en particular: la reputación o la posibilidad de ser conocido y reconocido públicamente dada la misma esencia del campo político. Para el presente documento, es claro que lo que el Estado ha buscado desde mediados de la década del 90 sobre el sector de San Victorino, el control permanente sobre el territorio debido al miedo y situación de inseguridad que llegó a existir en esta zona de la ciudad (Secretaría de Integración Social, 2010).

Con todo, ese monopolio sobre los bienes del Estado y el poder simbólico también está dado por “la imposición legítima de principios de visión y de división del mundo social” (Ibíd., p. 17.). Esto último hace hincapié en que desde el poder se plantean luchas o discursos que se imponen y que por su fuerza e intención movilizan a quienes las siguen o a quienes las comparten. Desde luego, imponer ideas y legitimarlas a través de un poder simbólico implica para los agentes el desarrollo de un *habitus*, el cual está dado por el aprendizaje y el manejo de un lenguaje, de cómo tratar a los oponentes y de conocer las relaciones de fuerza del campo. También de lograr diferen-

cias sustanciales frente a otros discursos sobre una misma realidad. Aquí veremos cómo desde las instancias políticas del Estado y en diferentes instancias (discursos, leyes, etc.), hay una nueva preocupación y una nueva forma de entender el espacio público en Bogotá, elemento importante en la construcción social de El Madrugón

Teniendo en cuenta esto, la posesión de cualquier capital es importante por otra razón. Según García Inda, porque “El resultado de las relaciones y las luchas que se establecen en el campo, y de las diferentes estrategias que llevan a cabo los agentes, están en función de esos capitales” (Bourdieu, 2000: 19). Es decir, de la posibilidad de que se acumulen, que se obtengan otros nuevos, que se transformen, o que disminuyan de acuerdo a las luchas y tensiones dentro del campo. En síntesis, los agentes además de competir para conseguir su interés dentro del campo desde su posición en el *microcosmos laboral, social*, etc., pretenden también proteger ese capital que está siendo usado en el campo, y de ser posible, acumularlo, pues ello significa para los agentes no sólo su permanencia, sino también la posibilidad de aumentar y controlar “poder” en el campo y de tener una mayor influencia en él. En el caso de El Madrugón esto es importante, ya que allí existe la posibilidad de que determinados capitales sean protegidos, disputados y acumulados por los agentes comerciales. Esto es lo que pretendemos explorar desde la perspectiva bourdiana.

En este documento lo que interesó principalmente al retomar la teoría de Bourdieu es examinar cómo esos agentes en situación de subordinación, vulnerabilidad social o en una posición de inferioridad respecto a otros desarrollan

estrategias mediante el uso de sus capitales. Se buscó indagar qué tipo de capitales poseen los agentes de las dos unidades trabajo y cómo los dispusieron para poder insertarse en los espacios informales. Lo anterior vinculado a las estrategias implementadas para permanecer en un espacio en donde el trabajo no está regularizado “formalmente”, no es altamente productivo, pero en el que hay una fuerte competencia como en el caso de El Madrugón.

Esas luchas que se dan en los campos implican entonces una competencia por el capital que *predomina* en ese campo y un manejo estratégico del que se posee, siempre teniendo en cuenta qué posición del campo se ocupa y de qué se dispone. Esto implica que en los campos no siempre se “juega” por el mismo capital ni en la misma proporción: en cada campo hay una serie de capitales donde hay uno que predomina más que otros, el cual se convierte en la razón de ser de la competencia.

Cabe señalar que esos capitales no se han adquirido o no han sido dados de manera natural. Para conseguirlos, los agentes han debido relacionarse, moverse, actuar, y luchar en diferentes espacios y contra agentes que posiblemente tenían un interés en común. Es decir, los agentes tienen unas trayectorias de vida que, si se miran con detenimiento, se podrá observar cómo éstos han ido acumulando, transformando o viendo disminuida su posesión de capitales en relación con el mundo social y con las luchas que han tenido que enfrentar. De aquí que entrar a jugar con un capital es asumir también el riesgo que éste disminuya parcialmente o desaparezca plenamente.

El concepto de *habitus* es otro concepto importante en la teoría de Pierre Bourdieu y es entendido como “el sistema de disposiciones que a su vez son producto de la práctica y principio, esquema o matriz generadora de prácticas, de las percepciones, apreciaciones y acciones de los agentes” (Bourdieu, 2000: 25). Pero el *habitus*, al igual que los capitales, tiene una serie de nichos donde el individuo se ha relacionado con lo externo, con lo social. Conviene averiguar entonces en el caso de nuestro trabajo exploratorio, cuáles son esos *habitus* que están presentes en el trabajo y en el comercio de la confección o cuáles son esos *habitus* que El Madrugón incorpora tanto a las empresas familiares como en sus miembros. También interesa saber cómo esos *habitus* “se activan” en los diferentes espacios sociales (madrugón, hogar, taller, hogar-taller) de acuerdo a los distintos agentes que participan de las actividades productivas (hijos de empresarios, familiares, operarios, jefes de hogar, etc.).

Puede decirse entonces que los diferentes *habitus* son inculcados por otros agentes y son adquiridos en muchos casos de manera inconsciente o a partir de la repetición de determinada práctica como comer, estudiar, etc. Ese *habitus* empieza a existir cuando el mundo externo se va incorporando al cuerpo del agente y al mismo tiempo se va exteriorizando o mostrado por él a través de su mismo cuerpo (es lo que Bourdieu llama una “estructura estructuradora” en la medida que con ella los agentes ayudan a estructurar el mundo social, pero también es una “estructura estructurada” ya que ha sido modificada por el mundo social y se expresa mediante el cuerpo de los agentes). En términos de Bourdieu, es la “subje-

tividad socializada” que no permanece estable ni inamovible. Al contrario, los *habitus* cambian, se transforman o mutan a medida que el agente se va moviendo por otros espacios sociales o por otros campos, a medida que las estructuras lo obligan a cambiar su actuar ante las diversas situaciones, y a medida que sus capitales van aumentando o disminuyendo de acuerdo a sus relaciones en el campo.

Otro concepto que Bourdieu propone para entender la estructura objetiva que se impone a los agentes y la “subjetividad socializada” de los agentes, es el de *illusio*. Para los agentes no sólo es importante disponer de un capital para acceder al campo; también es importante tener una *creencia* en el juego, en lo que se va a hacer y en lo que espera obtener por hacer parte de ese campo. Es decir, siempre tiene que existir expectativa o ilusión en la medida que no hay acto desinteresado de un agente en la lucha por él o los capitales. Desde luego, la *illusio* no tiene que siempre ser genérica; pueden existir varias de acuerdo al número de agentes que interactúen, mas lo que sí es claro es que los agentes *saben por qué apuestan o no en determinado juego*. De otra parte, lo que importante por resaltar es cómo esos diferentes *illusions* (jefe de familia, jefe de taller operarios, familiares operarios, etc.) se imponen o se relacionan unos con otros para que el campo y los microcosmos sociales puedan reproducirse y perdurar en el tiempo y en el campo de El Madrugón.

Cabe señalar la metáfora que usa el sociólogo francés para explicar de una mejor manera sus planteamientos. Esta consiste en que el *campo* es un juego en el que participan agentes que tienen una expectativa *en ese* campo (tienen una *illusio*).

Al mismo tiempo, estos disponen de un *capital* en particular que desean arriesgar el juego para multiplicarlo o para transformarlo, y no para perderlo aunque ése sea el riesgo mayor. Es ese justamente, su mecanismo para vivir o sobrevivir, y en todo caso para reproducir el juego. Es a lo largo del juego o de la competencia que los agentes van incorporando una serie de prácticas (*habitus* que son las que le permitirán perfilarse en la obtención de lo que están buscando). Desde luego, las estrategias que implementen los agentes durante el juego dependerá, en mucho, la posición que ocupe en él y del capital que dispongan y de la trayectoria que hayan realizado a lo largo de sus vidas, además de la evolución del juego. En este sentido: “Todo campo constituye un espacio de juego potencialmente abierto cuyos límites son fronteras dinámicas, las cuales son objeto de luchas dentro del mismo campo” (Wacquant y Bourdieu, 1995: 69).

Ahora, las *estrategias* que lleguen a implementar los agentes están atravesadas principalmente por factores que ellos puedan controlar o disponer, como por ejemplo la magnitud del capital que posean y del *habitus* que hayan incorporado. Ese concepto es importante porque en la praxis social se relaciona con lo que hacen los agentes para permanecer en el campo social y para reproducirlo.

Por último, es importante citar un texto de Bourdieu en el que hace un esbozo de lo que significa *estrategias económicas* para entender el contexto de El Madrugón y de las interacciones sociales que se presentan a lo largo de las cadenas de producción y circulación.

Las *estrategias de inversión económica*, en el sentido amplio del término, están orientadas hacia la perpetuación o el aumento del capital bajo sus diferentes especies. A las estrategias de inversión económica (...), hace falta añadir las *estrategias de inversión social*, orientadas hacia la instauración o el mantenimiento de relaciones sociales directamente movilizables o utilizables, a corto o largo plazo; es decir hacia su transformación en *obligaciones* durables sentidas subjetivamente (sentimientos de reconocimiento, de respeto, etc.) o institucionalmente garantizadas (derechos), convertidas en capital social y en capital simbólico a través de la alquimia del intercambio –de dinero, de trabajo, de tiempo, etc.–... (Bourdieu, 2002: 6).

Para el caso de la presente investigación, el campo será lo que se llama El Madrugón, ese espacio social y económico de ventas informales de prendas de vestir, ubicado en el sector de San Victorino. Entonces, lo que aquí se pretende es señalar cómo los *habitus*, las prácticas y las estrategias de los agentes han configurado dicho campo económico; cómo ese espacio de comercialización afecta o transforma la organización productiva de los agentes, y cómo su ilusión es construida y reconstruida a través de las relaciones establecidas en ese campo; cómo los agentes protegen sus capitales en las disputas originadas en la comercialización y cómo han logrado aumentarlos. En últimas, se busca señalar cómo a partir de los esfuerzos hechos por dos microempresas informales de confección, que organizan la fabricación y las ventas de sus prendas, el campo de El Madrugón se ha ido construyendo sobre lo que fue una de las zonas más peligrosas de Bogotá.

Capítulo II

Metodología propuesta

La construcción metodológica de la presente investigación, se llevó a cabo en tres fases: a) fase documental; b) fase de trabajo de campo; y c) fase de análisis de la información y redacción del documento final. A continuación se presentan cada una de ellas:

2.1. Fase documental

En esta etapa se abordaron tres ítems. El primero de ellos estuvo relacionado con los planteamientos hechos sobre el tema de la informalidad laboral. Entre los documentos consultados se encuentran los de Cervantes, J., Gutiérrez, E., y Palacios, L. (2008); Cortés, F. (2006); De Büren, P.; De Soto, F. (1990); Hart, K. (1973); Herrera, J., Roubaud, F. y Suárez, A. (2004); Ocampo, J. (online); Pok. C. y Lorenzetti, A. (2007); Portes, A. (1995); Portes, A. y Haller, W. (2004); Salas, C. (2006); Uribe, J. y Ortiz, C. (2004). Por otra parte, se indagó en la página web del Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE–, cifras relacionadas con la evolución del sector informal en Colombia y Bogotá.

El segundo ítem, se centró en los planteamientos del pensador Pierre Bourdieu. Entre los autores consultados están:

Bourdieu, P. (2000); Bourdieu, P. (2002); y Wacquant, L. y Bourdieu, P. (1995).

Por último, se abordaron los textos de investigación que han hecho referencia al fenómeno comercial de El Madrugón. Entre ellos están Torres, J. (2004) y Ariza, A. (2006). El primero es un estudio prospectivo en el cual se propone una serie de acciones que debe realizar una asociación de comerciantes vinculados a este espacio informal con la intención de vender prendas de vestir en mercados internacionales. Este trabajo permitió entender de forma muy general cuál es el estado actual de una muestra de la población comerciante y algunas de las metas que se han propuesto. El segundo de ellos es una reconstrucción de este mercado informal mayorista en donde se expone los orígenes de este fenómeno comercial y se esbozan algunas características de los perfiles de los comerciantes de la zona. Este documento ayudó a comprender cuáles fueron algunos de los factores como: espacio, tiempo de funcionamiento, dimensiones de los puestos, mercancías ofrecidas, que componen nuestro centro de interés.

Esta fase permitió conocer las diferentes aproximaciones teóricas en torno al sector informal, saber de qué manera se había abordado el fenómeno de El Madrugón, así como también adquirir herramientas conceptuales para explorarlo en mayor detalle, a partir de dos unidades de trabajo vinculadas a ese mercado.

2.2. Fase de trabajo de campo

El presente estudio tuvo un carácter exploratorio, descriptivo e interpretativo, y se apoyó en la metodología cualitativa a

través de herramientas tales como el estudio de caso, el cual se sustenta en técnicas como la entrevista y la observación. Al ser este documento una aproximación al mundo de las microempresas de la confección y la comercialización en El Madrugón, estas herramientas se convirtieron en los principales canales para darle a la investigación los insumos para su realización.

Si bien los trabajos de Torres (2004) y Ariza (2006) fueron una forma de abordar el fenómeno de El Madrugón, estos no lo hicieron desde el ámbito de las estrategias realizadas por los actores vinculados a las unidades de producción y comercialización. Tampoco hubo en ellos una explicación amplia y concreta sobre las diferentes condiciones que hicieron posible la aparición de este fenómeno comercial.

Para lograr los objetivos planteados en esta investigación, y llenar los vacíos dejados por las anteriores investigaciones, fue importante acudir a actores que han contribuido de manera indirecta o directa con su trabajo en satélites o en sus hogares en la construcción de este fenómeno de ventas informales en el sector de San Victorino.

La pertinencia de haber usado la metodología cualitativa en esta investigación estuvo apoyada en dos aspectos. En primer lugar, porque con base en la información recolectada a través de esta metodología se pudo indagar sobre cuáles fueron los tipos de capital con que iniciaron ambas microempresas, cómo ha sido su evolución durante su permanencia en el mercado, y cuáles estrategias, a nivel productivo y comercial, han implementado para reducir la incertidumbre del mercado. Se pudo ilustrar también las condiciones de trabajo

de quienes laboran en estas microempresas. En segundo lugar, porque se buscaba cotejar y enriquecer los supuestos planteados por los teóricos de la informalidad laboral a partir de dos casos empíricos.

Se acudió a la metodología cualitativa porque en esta investigación no se pretendió comprobar hipótesis alguna sobre las estrategias desarrolladas por las microempresas de la confección, sino más bien interpretar el trabajo y el orden social al interior de las microempresas de la confección. Por esto cabe tener en cuenta que:

... [Los] estudios de caso producen mucha más información detallada acerca de un caso que la que se puede adquirir por medio de métodos estadísticos; y son esenciales para entender el comportamiento humano; [de otro lado,] comprender que una actividad humana requiere que la observemos a lo largo del tiempo, [así como] el contexto en el cual se desarrolla, la configuración de factores sociales que hacen que la situación ocurra, y la forma en que estos factores interactúan (Galeano, 2007: 68).

Hay que señalar también que los dos estudios de caso acá elaborados son de dos microempresas nacionales que confeccionan prendas comercializadas en El Madrugón. La aclaración es válida ante la presencia en El Madrugón de mercancías importadas, y las limitaciones de esta investigación para aproximarse a unidades de producción que confeccionan en otros países o unidades que distribuyen estas mercancías.

El primero de los casos es una microempresa que comercializa pantalones de jean para mujer, la cual requiere de una organización productiva compleja para la fabricación de la prenda frente a la otra microempresa. Este segundo caso es el de una unidad de trabajo que confecciona pantalones de sudadera femenina y manejan una escala de operaciones más reducida que la otra microempresa, aunque no por ello enfrenta una menor competencia. Desde luego, ambos tipos de mercancías implican una forma de organización distinta en la producción y, por ende, unas diferencias muy pronunciadas en el uso de capital humano, tecnológico y económico.

En cuanto a las técnicas cualitativas utilizadas para recabar información en el marco de los estudios de caso, se utilizaron la observación y las entrevistas. La primera de ellas consistió en el registro visual de las rutinas de trabajo que se presentaban en los talleres o en los lugares de abastecimiento. Su utilidad fue relevante porque sirvió para hacer una primera aproximación al mundo interno de las unidades de producción y la flexibilización laboral, especialmente para identificar lazos fuertes y débiles de confianza, situaciones de riesgo o de preocupación generalizada, situaciones de negociación y conflicto. Puede decirse que este tipo de observación fue no participante ya que no se participó directamente de procesos de confección y no se apoyó alguna actividad de las microempresas. Por lo demás, cabe anotar que este trabajo de observación se hizo a lo largo de tres semanas.

La otra técnica utilizada fue la entrevista, la cual:

...parte del supuesto de que cada actor social posee su propio sentido que se hace explícito en el discurso [...] La entrevista de profundidad es pertinente para conocer variados aspectos de un proceso, analizar perspectivas institucionales, o reconstruir ciclos vitales de sujetos o instituciones (Galeano, 2007: 189).

Los temas planteados en las entrevistas fueron los siguientes: evolución, desarrollo e interrelación de los capitales de los microempresarios desde que se vincularon al campo de El Madrugón; las estrategias desarrolladas para permanecer en El Madrugón; la distribución de las responsabilidades productivas al interior de cada unidad; las condiciones del trabajo y la organización laboral latentes en ambas microempresas; la importancia de valores como la solidaridad y la confianza en las relaciones de producción y/o comercialización. Igualmente, se habló sobre la construcción del campo a partir de la configuración de varios hechos y decisiones políticas relacionadas con la zona de San Víctorino.

El total de entrevistas realizadas fue de 16. En ellas se dialogó con los microempresarios, los jefes de taller, operarios familiares y no familiares de los propietarios del taller, con proveedores de servicios involucrados en la fabricación de la prenda de jean, comerciantes de la zona y con clientes intermediarios de El Madrugón. Asimismo, se habló con un vendedor de tintos de El Madrugón, quien ha observado de primera mano la construcción de este fenómeno comercial.

Hay que decir que abordar este fenómeno informal, desde el ámbito productivo y no plenamente desde su ámbito co-

mercial, supuso una serie de obstáculos que pueden resumirse en la dificultad de recoger información primaria relacionada con los proveedores del servicio de tintorería y abastecimiento de la tela de jean, para el caso de los microempresarios de esta prenda de mujer. Es importante mencionarlo, pues estas dos instancias en la producción, posiblemente, desarrollan relaciones de dependencia muy distintas de las que tienen otras unidades subcontratadas para la fabricación de la prenda de jean.

2.3. Análisis de la información y redacción del documento final

Para adelantar esta última parte del estudio, se apoyó el análisis de la investigación en el programa ATLASi 5.0, con el cual se establecieron una serie de códigos y categorías para organizar el material recolectado en la fase de trabajo de campo.

En cuanto a la redacción del documento, se tuvo el interés y la disposición de entrar a discutir los planteamientos hechos por los autores que han abordado el tema de la informalidad. Ello con la intención de contrastar y relacionar el ámbito teórico con los hallazgos empíricos de esta investigación. Además se buscó leer el fenómeno de El Madrugón en los términos propuestos por Bourdieu tales como *campo*, *habitus*, *prácticas* y *estrategias*.

Capítulo III

El Madrugón: conociendo el *campo*, explorando el “juego”

El fenómeno comercial de El Madrugón ha sido desde el año 2002 uno de los espacios comerciales más dinámicos de la economía informal bogotana. La heterogeneidad de las mercancías ofrecidas dentro del área de la confección, la distribución del espacio físico para su funcionamiento, los horarios en que se desarrolla, las condiciones en que se trabaja, el precio de las mercancías, entre otros factores, hacen de este fenómeno comercial un espacio mayorista muy particular en el que convergen, semana a semana, empresarios y clientes de todas las regiones del país.

En el presente capítulo se presenta una breve explicación sobre algunos hechos que le fueron dando forma a este fenómeno comercial. Posteriormente se hará una descripción del campo de El Madrugón utilizando los conceptos del sociólogo Pierre Bourdieu.

3.1. Buscando sus orígenes, relacionando los hechos

Una parte importante de la historia de El Madrugón comienza con las Galerías Antonio Nariño cuyo origen data

de 1962. Este espacio se planteó como una estrategia para ubicar a vendedores ambulantes del centro de Bogotá y se establecieron en lo que hoy se conoce como la Plazoleta de San Victorino (Plaza de la Mariposa), que en aquel entonces se llamaba Plaza Antonio Nariño. Este punto comercial, al cual el cronista José Navia llegó a llamarlo “el Unicentro de los pobres”,¹ ofrecía una diversa gama de artículos manufacturados traídos de pueblos como Cucunubá, Zipaquirá, entre otros. Según Rojas y Reverón en su documento *Plaza de San Victorino: punto de encuentro y lugar de intercambios* (1998), los comerciantes fueron ubicados en las galerías como “pollos de galpón”, pues la dimensión de cada espacio era aproximadamente de 1 metro 50 centímetros por 1 metro.

Fue tal la dinámica en este sector comercial que así como llegaron personas de fuera de Bogotá para comprar, venían manufactureros de la sabana e indígenas ecuatorianos y peruanos (Ariza, 2006) que no sólo se ubicaban al interior de las Galerías, sino también sobre la carrera 13 con avenida Jiménez en los días miércoles y sábados a tempranas horas de la mañana.² El comercio en esta zona desbordó la capacidad

¹ Navia, José. “De la once a la trece: territorio de “ratas” y Cementerio de vivos”. Documento online.

² A modo de hipótesis sobre los horarios de funcionamiento de este primer fenómeno comercial en donde se usurpaba una vía pública, éstos pudieron haberse establecido en la medida en que es costumbre de la población rural comenzar temprano su día de trabajo. También pudo haber influido el hecho de que se cuenta con un espacio comercial muy delimitado, así como por una fuerte competencia comercial y espacial. Además, hay que tener en cuenta que San Victorino era punto de llegada de varias rutas de buses intermunicipales y hoy sigue siendo un importante centro de servicios administrativos, judiciales y políticos. Ante este escenario se juega entonces con el horario del mercado como forma

de las autoridades, y tanto la administración local como distrital tomaron la decisión de cerrar aquella vía y militarizar este espacio, según nos contó un comerciante del sector de San Victorino:

... lo que es El Madrugón masivo principió alrededor de lo que era Galerías Nariño. Ahí vemos lo que es la carrera 13 y toda esa parte de la carrera 13, todo lo que era la calle 12 hasta arriba y todo eso. Inicialmente en el costado occidental de Galerías Nariño se organizó una feria que operaba los miércoles de las 5 a las 9 de la mañana. ¿Quiénes principiaron con esa feria? Principiaron los artesanos de Cucunubá, de Ubaté, del Carmen de Carupa (...). Ellos venían y vendían todo lo que los artesanos producían: cobijas, ruanas, ponchos, cantidades de cuestiones de lana (...) pero ¿qué pasó? Poco a poco se les fueron sumando pequeños confeccionistas que comenzaron a venir y a vender también y se fue creciendo ese mercado. A eso se le sumaron después los bienes que venían de Ecuador y toda esa cuestión con los productos de ellos (...). Pero llegó un momento es que eso se convirtió en un problema (...). Unos días después llegó una alcaldesa y sí señor: una mañana, un miércoles amaneció esto militarizado. No sé quién, pero parece que alguien puso una tutela para que acabaran con

de alargar la actividad comercial informal. También pudo haber influido que el resto de días son usados por los productores para elaborar sus mercancías y por los intermediarios para revenderlas.

esa cuestión. Ese día amaneció esto militarizado y esa gente llegó (...) desde todas partes, y no los dejaron trabajar (...) (Tomado de la entrevista No. 8).

Imagen 1



Tomada del documento de Rojas y Reverón (1998). El letrero del fondo dice: “L-2. Tejidos Cucunubá. Punto de fábrica. Ventas por mayor y detal. Todo en lana”.

Con la llegada de Enrique Peñalosa a la Alcaldía de Bogotá (1998-2001), la preocupación por esta zona de la ciudad aumentó, y por ello iniciativas como la recuperación del espacio público en donde funcionaban las Galerías Antonio Nariño, estuvieron sustentadas en la jurisprudencia hecha a través de varias sentencias de los magistrados de la Corte Constitucional. Estos pronunciamientos obligaron a las autoridades a defender y a recuperar el espacio público como interés general antes que la defensa del derecho particular al

trabajo.³ Esto debía realizarse con mayor razón cuando el espacio público era usufructuado para provecho particular⁴.

Entre las muchas iniciativas que realizó la administración Peñalosa sobre el espacio usado para el desarrollo comercial de las Galerías, estuvo la construcción de la Plazoleta de la Mariposa cuya área es de 16.200 metros cuadrados. El tema era complejo y controversial, ya que había 1500 vendedores informales estacionarios y otros tantos ubicados a su alrededor que usaban el espacio público sin pagar un impuesto, y que quedarían a la deriva ante la escasez de un bien tan apetecido y escaso como el espacio comercial en el centro de la ciudad. No sobra mencionar que otra de las razones que consideró la Administración, para el desalojo y recuperación de la zona, fue la difícil situación de inseguridad de las Galerías Antonio Nariño⁵ y de la conocida calle de El Cartucho.

Ante esta coyuntura, muchos de los comerciantes estacionarios de las galerías y ambulantes desalojados del espacio público de la carrera 13 optaron como estrategia por aproximarse a los propietarios de las grandes bodegas o lotes del sector. Esto con el objetivo de tomar en arriendo un reducido espacio para poder continuar con sus actividades comerciales, y más aún cuando se trataba de un sector que se había caracterizado históricamente por ser la “despensa

³ No obstante, como lo anota Michael Donovan (2008), la Constitución de 1991 garantizaba ambos derechos: tanto el del derecho al espacio público y como al trabajo, y el alcalde Peñalosa ofreció reubicar o pagar a los vendedores estacionarios.

⁴ Ver Sentencias T-778 de 1998 y T-550 de 1998.

⁵ Ver “Hallaron 3600 cartuchos en una caseta de San Victorino”. Artículo online.

de Colombia”, y por tener un alto volumen de transeúntes.⁶ De hecho, según una fuente consultada, una de las primeras colonias que acudieron ante los propietarios de lotes amplios fueron los indígenas ecuatorianos:

El origen salió a partir de los ecuatorianos, ellos empezaron a trabajar en la calle 12 con carrera 13. Luego buscaron por este lado de la calle 10 con carrera 11 bodegas de parqueaderos, pero hace aproximadamente diez años. Los que comenzaron fueron El Madrugón, la Muñeca, Madrugón San Martín, ConfeMadrugón... Ellos fueron los pioneros y fue cuando los colombianos se introdujeron en este comercio y prácticamente lo monopolizaron. Acá ya hay cualquier cantidad de bodegas que se dedican a trabajar en El Madrugón en lo que son miércoles y sábados y los días de diciembre a partir del 15 de diciembre todos los días hasta el 31 de diciembre.

(Tomado de la entrevista #10).

Y mientras este campo de El Madrugón tomaba fuerza, los comerciantes desalojados de las Galerías o de las mismas calles no aceptaban las condiciones que la administración de Luis Eduardo Garzón, Alcalde Mayor de Bogotá, les había propuesto (2004-2008). Entre esas condiciones estaban la prohibición de trabajar los días miércoles y sábados, días de mayores ventas, y la reubicación en un edificio ubicado sobre la calle 10 con carrera 12 y que contaba con 340 locales (Penagos, 2008:

⁶ Ver Carbonell, “Mi pueblito vendedor”. Documento online: [<http://www.javeriana.edu.co/arquidis/injaviu/coloquio>]

51). Según lo consultado, “La gente no aguantó más de tres meses. Les tocó sacar la mercancía porque aquí no se vendía nada, los clientes pasaban derecho para San Victorino” (Ibíd.: 52). Lo anterior se complementa con el trabajo realizado por Michael Donovan (2008), donde uno de sus hallazgos fue que la población reubicada había abandonado sus sitios debido a una reducción en sus ventas (Ibíd.: 42-43).

Imagen 2



Tomada del documento “Bogotá Sin Fronteras. La Bogotá del Tercer Milenio”, 1998. En ella se puede ver el estado en el que se encontraba la Plaza de San Victorino y su situación actual.

La preocupación e implementación de políticas por parte de las autoridades encargadas de la protección y la defensa del espacio público, que llevaron al desalojo de unos complejos nichos de mercado informal establecidos en el centro de Bogotá, hicieron que los propietarios de grandes lotes del sector adecuaran sus amplios espacios para canalizar aquel comercio popular. Esto con el objetivo de aprovechar el vacío espacial sufrido por los manufactureros e intermediarios para poder vender sus mercancías. La *illusio* de quienes no tenían un espacio para comercializar estaría dirigida ahora a la posibilidad de acceder a un puesto de ventas en un lugar privado. Estos nuevos espacios para uso comercial, se convertirían entonces en un factor de lucha para los recién *desposeídos*, pero también en un mecanismo de control en el ingreso a un comercio donde se ha intensificado el uso comercial del suelo ante la prohibición de las ventas ambulantes. Ha llegado a tal punto la disputa por el territorio, en este fenómeno, que sólo perteneciendo a redes de conocidos es posible entrar a competir.

Lo que resulta interesante de este movimiento o respuesta coyuntural, es la capacidad del mercado informal para servir de canal ante la necesidad o carencia de un bien específico como el suelo como medio para conseguir ingresos. Lo que el Estado y las administraciones no lograron hacer como medidas complementarias, necesarias y suficientes para la población desalojada frente a un problema en particular, los esfuerzos informales lograron ofrecer, acentuar y concentrar un nuevo escenario comercial, lo cual plantea preguntas sobre el rol del Estado y del sector informal en los procesos de desarrollo urbano.

Como se dijo unas líneas antes, El Madrugón funciona actualmente bastante cerca de lo que se llamaba “La calle del Cartucho”, otro de los lugares más peligrosos del centro de Bogotá. Así que para que el control de este espacio de la ciudad estuviera en manos del Estado, la administración del alcalde Enrique Peñalosa propuso y desarrolló paralelamente la construcción del Parque Tercer Milenio⁷. Es importante mencionar este hecho, ya que la rehabilitación de este sector permitió, entre otras cosas, que se creara un ambiente más propicio para el desarrollo de las actuales actividades comerciales, incluido el del mercado popular que se está explorando en este estudio.

Cabe decir que el poder y la autoridad ejercidos por los oficiales de policía sobre el espacio público a través de los controles y manifestado en el deber de hacer cumplir la ley, han hecho que las actividades comerciales aumenten o se refuercen dentro de las bodegas, debido a la presión realizada sobre la zona. Esto de hecho ilustra la paradoja de que el Estado, en su función de ejercer su monopolio sobre un bien que le pertenece y adelantar labores de seguridad por ejemplo, está reforzando fuertemente el desarrollo de actividades informales como lo planteaba Portes.

El desafío no es sólo entender cómo se relacionan variables como territorio y actividad económica. Es también entender cómo a través de propuestas y acciones del Estado en varios niveles (espacial, físico, económico, cultural),

⁷ Ver [http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame_detalle_turismo.php?h_id=19807&patron=01.02020803]

las actividades informales, se convierten en actividades más complejas, mejor estructuradas u organizadas y dinamizadoras de la economía local. Igualmente, comprender cuáles son las nuevas lógicas y estrategias con que responden actores locales (desempleados, desalojados, propietarios, autoridades, etc.) a problemas locales (inseguridad urbana, desempleo) en un espacio determinado. Es esto lo que se busca explorar con este estudio sobre El Madrugón. Por otra parte, como lo señala Medina (2005) en una investigación sobre comercio callejero en el centro de Bogotá, la actividad de este comercio “está relacionada principalmente con cambios en la dinámica del comercio mundial que se orientan a incorporar más individuos a la cadena de distribución” (p. 51). Es decir que no sólo los parámetros coyunturales o problemas de orden local como los desalojos o el desempleo en la ciudad, son incorporados por redes que se apoyan en relaciones informales, sino también lo son situaciones de orden global cuya logística o funcionamiento se articula principalmente a sitios de gran afluencia humana. Para este caso, este fenómeno urbano se ajusta a aquella hipótesis al verlo como un canal de distribución de artículos de contrabando provenientes de diversos países. En su documento Medina también afirma que la informalidad hay que verla más como “un proceso concreto de la reconfiguración de la economía mundial” (p. 43).

3.2. Los límites del campo y los actores del juego

Dos veces por semana, miércoles y sábados, de 3:00 a.m. a 11:00 a.m., los comerciantes ofrecen sus artículos de confec-

ción en El Madrugón para transarlos al mayor y al detal. Por sus dinámicas comerciales, espaciales, y por lo tradicional del sector, este fenómeno de ventas populares ya es reconocido como uno de los puntos de abastecimiento más importantes en Bogotá y en Colombia. Allí van personas de todos los sectores de la sociedad y de las regiones buscando ropa a precios bajos para revenderla. Incluso van personas de bajos recursos o de clase media para poder acceder a las nuevas tendencias de la moda.

Entre la diversidad de prendas que allí se comercializan están sudaderas, blusas, camisas, sacos, chaquetas, pantalones de jean, medias, ruanas, ropa interior e infantil. Los precios de estas pueden estar entre los cinco mil y \$40 mil pesos y las ventas a final de mes de algunos comerciantes pueden llegar a sumar \$50 millones de pesos.⁸ En otros casos, las ventas por mercado pueden alcanzar los dos o tres millones de pesos.⁹ Incluso se habla de hasta \$10 millones de pesos mensuales por comerciante (Torres, 2004).

Espacialmente, El Madrugón¹⁰ está ubicado en el sector de San Victorino, en el centro de Bogotá (Colombia), entre las

⁸ Ver “Los casos de Only, Tía, El madrugón y El Gran San. Un Mercado muy popular”. Nota Publicada en elespectador.com

⁹ El Sector de San Victorino, ubicado en el Centro de la capital colombiana, fue a finales de la década de 1990 un espacio comercial con serios problemas de seguridad para la ciudadanía, pues era punto de referencia de ladrones, *jibaros*, etc.

¹⁰ Actualmente las bodegas en las que funciona El Madrugón son las siguientes: Madrugón del Centro, Centro Comercial Pasaje Paisa, Madrugón Viejo Caldas, Madrugón Baratón y Volga, Feria Comercial Popular, Mercado Bazar San Martín, El Madrugón Mayorista, Inversan. El Madrugón, El Madrugón grupo Conf. S.A., Madrugón la Rebajona, Madrugón la Gran Esquina, Madrugón el Templo de la Moda, Madrugón Carolina, Madrugón Los Andes.

carreras décima y carrera catorce o avenida Caracas y entre las calles 11 y 9ª, en donde una buena cantidad de comerciantes venden sus productos de manera informal.¹¹ Es decir, no hay una factura en la que se relacione de manera legal al comprador con los artículos de compra, el NIT del comerciante, etc. Ahora, en vista de que este espacio comercial no cuenta con fuertes controles de vigilancia tributaria o financiera por parte del Estado, es frecuente encontrar prestamistas de dinero cuyo sistema funciona a través del pago “gota a gota”,¹² lo cual es muestra de los nuevos eslabones sociales creados ante las limitaciones que impone una estructura legal, unido a la necesidad de agentes emprendedores por saldar sus deudas con proveedores.

De igual manera, en el centro comercial El Gran San Victorino, lugar ubicado sobre la carrera 10ª con calle 10ª, y construido luego del desalojo de los comerciantes de las Galerías Nariño,¹³ funciona este mercado en los mismos horarios. El comercio informal en la zona se ha expandido de tal forma que ya hay otros lugares¹⁴ que se han vinculado

¹¹ En un artículo publicado en la *Revista Dinero* y citado por Medina (2005) se afirma que las ventas ambulantes en el Centro de Bogotá “mueven cada año alrededor de 300.000 millones de pesos...” (p. 42).

¹² El “gota a gota” es un mecanismo informal de préstamo de dinero en el cual los prestamistas cobran tasas de interés mucho más altas que las que se cobra en el sistema financiero formal.

¹³ Con las políticas del ex alcalde Enrique Peñalosa se recuperó el espacio público de esta zona de la capital y sobre el cual se creó un amplio parque llamado Tercer Milenio y la Plazoleta de Las Mariposas.

¹⁴ No sólo otras bodegas han abierto las puertas para este mercado. Desde hace algunos años, sobre el costado derecho de la calle 10ª varios comerciantes han establecido sus “puestos” sobre un espacio que fue recuperado por las autoridades,

a esta dinámica y cuyos espacios han sido adaptados para el desarrollo de El Madrugón. Esta adecuación ha consistido, principalmente, en reorganizar amplios espacios como parqueaderos o corredores de centros comerciales para las horas y días en que funciona este mercado. Incluso, los establecimientos del comercio formal de la zona también han modificado sus usuales horarios de funcionamiento en la medida en que estos días también son aprovechados para abrir temprano y ofrecer sus mercancías.

Hay que señalar que algunos empresarios formales de San Victorino también poseen “puestos” en El Madrugón, pues los han visto como una oportunidad para agilizar la salida de sus mercancías. Hablamos entonces de una forma de articulación del sector formal al informal y de que el acceder a un puesto pueda convertirse en una forma de control o de poder sobre el espacio comercial. Esto puede hacerse en vista de que varios comerciantes pueden controlar diversos puntos de venta “puestos” en una o varias bodegas con el ánimo no sólo de rotar más rápido sus mercancías, sino también de controlar o frustrar el auge de otros competidores. El espacio es convertido entonces en un arma importante dentro de este campo informal que sirve para canalizar la distribución de la mercancía y, por otra parte, es usado como un instrumento de poder con el cual se controla o debilita a las contrapartes que compiten y luchan por permanecer. Desde luego, hay otros elementos en juego que complementan esta confron-

pero que lo han ido perdiendo poco a poco en vista de la fuerza de las dinámicas comerciales de El Madrugón.

tación comercial en El Madrugón, los cuales se abordarán más adelante.

Imagen 3



Tomada de Google Earth (2009). En el espacio encerrado se ubica la plazoleta de la Mariposa o de San Victorino y en color verde se encuentra delimitado el espacio del Madrugón.

Según Torres (2004: 23) hay cerca de 2000 empresas que están vinculadas al comercio de El Madrugón. No obstante, si tenemos en cuenta que en la actualidad hay 16 bodegas, y que en promedio hay por cada una, 300 ‘pequeños establecimientos’ puede decirse que hay aproximadamente 4800 “puestos” donde son expuestas las mercancías. Entonces, es de destacar el auge comercial informal del sector de San

Victorino, una vez se lograron unas condiciones mínimas de seguridad y de control sobre un territorio que era hostil, que tenía permanente presencia de indigentes y de delincuencia organizada, y que presentaba un alto deterioro urbano (Jaramillo, 2006: 17).

Imagen 4



(Dimensión del puesto: 1,20 mt x 1 mt.) La imagen muestra a una vendedora que ofrece chaquetas para hombre). Propiedad del autor.

En estas bodegas, los espacios de los comerciantes tienen una dimensión de un metro veinte centímetros por un metro (1.20 m x 1 m) y quienes accedan a ellos tienen que pagar aproximadamente un arriendo mensual que oscila entre \$180 mil y los \$285 mil pesos. Es preciso agregar que la motiva-

ción de los agentes comerciantes por acceder a este espacio, aumenta si se tiene en cuenta que no deben pagar impuestos ni servicios públicos, lo cual repercute también en el bajo costo de las prendas que allí se comercializan. Puede decirse que los “puestos” son espacios muy apetecidos porque no comprometen permanentemente ni legalmente la participación de los comerciantes que poseen un espacio, y porque el alto flujo de compradores implica, la mayoría de las veces, un rápido movimiento de la mercancía. Por esta razón, se puede suponer unos ingresos relativamente altos.

El precio del arriendo del puesto puede variar de acuerdo a su ubicación en la bodega, pues sitios ubicados cerca a las entradas o salidas pueden tener valores más altos. Esto depende también de las dinámicas comerciales que se desarrollen en cada bodega, ya que los precios no están estandarizados en todas las 16 y hay unas que tienen más trayectoria y afluencia de público que otras. Igualmente, algunos comerciantes del lugar tienen “una prima” sobre el lugar que trabajan, lo cual puede interpretarse como el derecho adquirido por el comerciante a ser él la única persona que puede explotar su propio espacio en días de El Madrugón. Esto ha hecho que se desarrolle también un mercado inmobiliario informal, pues esos espacios comerciales pueden ser transados. Lo anterior ha dado entonces a que exista un juego especulativo sobre el precio real de los sitios de trabajo. Se sabe por ejemplo que en algunas bodegas hay “puestos” avaluados entre los ocho y \$20 millones de pesos. Esto complementa lo señalado por Samuel Jaramillo (2006), quien afirma que “allí el comercio popular es una actividad muy lucrativa que hoy en día arroja

precios inmobiliarios muy elevados, mucho más altos que las zonas de actividad terciaria superior del mismo centro” (p. 16).

Este tipo de efectos inmobiliarios del fenómeno de El Madrugón, sobre los precios reales del suelo, así como el uso actual del mismo, merecen mayor atención no sólo para futuras intervenciones de renovación urbana en la ciudad, sino también para lograr controlar los diferentes valores especulativos y usos debidos del suelo urbano. Además, dentro del marco del trabajo informal soporta la idea de la relación que tiene el espacio físico y las actividades económicas, así como la necesidad de profundizar en esta línea.

Ahora bien, en el campo de El Madrugón, quien vigila que cada puesto esté ocupado por el jugador correcto y no por un intruso es la administración del lugar. Cada una posee los datos de los comerciantes, el número del puesto que le corresponde usar, al igual que los pagos que ha hecho. Así, en caso de venta o subarriendo, la administración vigila el ingreso y la permanencia de los vendedores que exponen y comercializan sus productos.

En cuanto a la competencia que se da en cada bodega, la administración no reglamenta ni regula ninguna de las transacciones que allí se presentan. Su único interés es brindar un espacio y cobrar por el derecho de su uso.¹⁵

¹⁵ No está demás decir que en algunas bodegas o parqueaderos se presta el servicio de vigilancia o de Brigadistas para prevenir accidentes o hechos que alteren la actividad comercial, y que puedan llegar a presentarse por las altas cantidades de personas que acuden a comprar sobre todo en la temporada de fin de año.

Imágenes 5 y 6



Dos de los parqueaderos adaptados para funcionar como Madrugones. Propiedad de autor.

Cuando se acerca la temporada del mes de diciembre, algunas administraciones cobran por adelantado los meses de noviembre, diciembre y enero, lo cual permite a cada comerciante usar el puesto desde el 15 de diciembre hasta el 31 de diciembre durante todos los días de la semana, desde 3 de la mañana a 4 de la tarde.

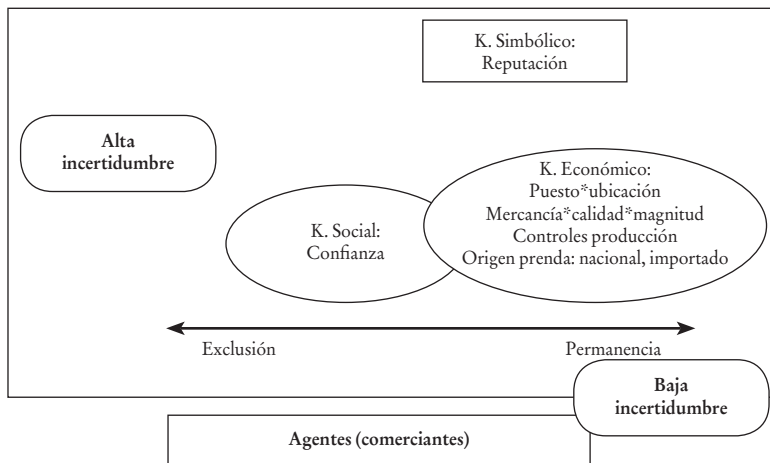
De otra parte, ante la fuerza comercial que ha tenido El Madrugón desde su comienzo y por razones de escasez espacial, los actores que allí juegan son de gran diversidad, característica que está definida por el tipo de capitales, la experiencia en la comercialización, la capacidad para integrar procesos de producción y controlar cadenas de comercialización, así como por el tipo de prenda que ofrecen al público (ver gráfica 1), lo cual supone una compleja red de relaciones basada en la confianza, la amenaza, la incertidumbre, etc. De hecho, el ingreso a El Madrugón está configurado principalmente por un factor subjetivo debido a la situación de búsqueda de empleo. Ese factor es la motivación de obtener altos ingresos por cuanto se puede vender en altas cantidades,

una característica tradicional que no se ha perdido en este sector de la ciudad y que replantea el factor de subsistencia o pobreza como elemento principal en algunas de las explicaciones sobre informalidad laboral. Al menos para este caso, esta última característica está de manera permanente, pero no define completamente –ni siempre– todas las posiciones sociales ni las lógicas económicas de los agentes que se mueven en torno a este mercado informal.

Otro elemento que define fuertemente el ingreso a este campo informal es el capital económico que permite determinar la compra de artículos importados, o la adquisición e integración vertical del elemento tecnológico y técnico que requiere la fabricación de la prenda. Ahora, en la medida que se posea de este capital tecnológico; asimismo, se puede controlar los tiempos de producción y la calidad de la prenda a comercializar. Otro elemento no menos importante que el anterior es el capital social ya establecido en El Madrugón, porque en la medida que se disponga, se podrán apurar relaciones para acceder al espacio comercial, contactar a proveedores de servicio u otras fuentes para adquirir mercancías listas para la venta. Por ejemplo, en algunos casos este capital está materializado en los paisanajes o colonias regionales (grupos de paisas, santandereanos, boyacenses, huilenses, incluso indígenas ecuatorianos) y núcleos familiares que agilizan las relaciones con la administración de las bodegas. Además, pueden brindar márgenes de financiación de la materia prima o de la mercancía, y son fuente de información de los *habitus* y estrategias que rigen en el campo comercial y productivo.

Elementos que configuran el acceso de las personas interesadas en vincularse al Madrugón

Gráfica 3. Diagrama de exclusión y permanencia en el Campo



Sin embargo, el capital social también es importante ya que funciona como un mecanismo que sólo permite el acceso de individuos cercanos y procura la pronta salida de individuos “extraños” a su núcleo social. Por ello para este caso, el acceso es más bien restringido o sólo está habilitado para ciertos individuos con alguna cercanía a poderosos grupos sociales en El Madrugón.¹⁶ En la posesión y el manejo de

¹⁶ Poderoso es entendido acá en el sentido de que sus relaciones comerciales estén determinadas no sólo por la venta mayorista de prendas, sino también por el número de allegados ubicados en diferentes sitios; así como por la calidad de la confección que ofrezcan y el reconocimiento de elementos como la marca. Más adelante se profundizará sobre este último elemento.

estos capitales (económico, social y tecnológico) reside en el poder que los diferentes agentes puedan tener y ejercer en este campo económico, con el objetivo de ingresar o permanecer. Dicho esto, vale la pena citar lo que una de nuestras fuentes señaló en relación al ingreso:

(...) cada uno va metiendo su familia, son celosos de que llegue alguien “uy este man quién es, familiar de quién”, “no de nadie, el “man” compró ahí un puesto y se metió”, y pues competencia desleal porque hay que sacar a ese “man” de ahí.

B: pero ¿cómo así, competencia desleal?

JZ: sí claro, lo empiezan a dar más barato que el vecino, entonces si el “man” viene a vender a 20, “no, yo se lo dejo en 19”, ya le estoy hablando de cositas de muy de El Madrugón, de competencia de ventas (...) (Tomado de la entrevista No. 3).

De aquí entonces que tener capital económico no siempre sea un elemento suficiente para ingresar a competir como se suele creer, a pesar de que en este mercado informal hay mecanismos para promocionar la venta de “puestos” en las diferentes bodegas (ver imagen 7). La complejidad de este fenómeno urbano señala que no es tan fácil acceder como algunos teóricos de la informalidad plantearon, sino que más bien, el acceso es altamente restringido y controlado por los mismos grupos sociales. Hablamos entonces de resistencias o celo hacia lo nuevo y lo extraño, lo cual se busca excluir o mantener marginado.

Nuevamente, posteriores análisis sobre informalidad urbana deben explorar la interrelación de variables a nivel espacial, social, económico, pues a través de la teoría de capitales hemos podido ilustrar cómo se estructuran las alianzas en sectores de alta concentración comercial, alta oferta de manufacturas baratas y alta demanda de estos productos.

Imagen 7



Volante en el que se publicita la venta de un puesto en El Madrugón. Obtenido en una de las visitas a este mercado.

Pero por otra parte, empresarios del mismo sector de San Victorino que tienen marcas “prestigiosas” y caras para el público, han usado su capital económico y social como una estrategia para vincularse a este mercado informal y compensar o agilizar los volúmenes de sus ventas. Precisamente, el proveedor de un servicio nos contó lo que hace un cliente suyo:

...[él] es mediano porque él tiene 4 almacenes fuera de El Madrugón (...) porque (...) en El Madrugón tiene dos

“puestos”, en 2 bodegas diferentes y en los almacenes él vende sudaderas, chaquetas, pantalón de hombre, de dama, de niño, de niña, hacen muchas cosas, entonces tiene diversidad de productos (...). Maneja varias marcas. Él tiene MM que ésa es la marca líder, la que vende carita: son pantalones de 28 mil, de 30 mil y tiene otras que se llama N que es exactamente lo mismo, [pero] el pantalón es 2 cm más corto y casi media talla más estrecha y lo vende más barato y ese va para El Madrugón (...) (Tomado de la entrevista No. 2).

Sin embargo, los lazos de solidaridad y de confianza suelen ser inciertos en algunas ocasiones entre los miembros de determinada colonia y/o familia, pues si bien existen momentos de certeza —especialmente al inicio— éstos pueden desvanecerse temporalmente ante una evidente competencia por un cliente. Esto nos hace decir que son solidaridades frágiles y que el capital social pasa a un segundo plano, mientras la lucha o la supervivencia económica en el campo son definidas por las transacciones económicas y el número de clientes que se puedan fidelizar hacia el futuro.¹⁷ Al respecto, vale la pena

¹⁷ No es que el rasgo de solidaridad del capital social desaparezca totalmente durante las transacciones económicas. De hecho, cuando existe la posibilidad de ayudar y vender las prendas de un allegado en el puesto de otra persona, se hace. Lo que sucede es que una vez el amigo o el allegado se ha establecido en su puesto, hay una mayor responsabilidad individual para buscar o hacerse sus propios clientes. De allí que ese rasgo de solidaridad esté presente al inicio, aunque se vuelva frágil durante la permanencia. Claro, ese rasgo de solidaridad varía también de acuerdo al vínculo que une a los individuos, a la dependencia con otros eslabones sociales (familiares, amigos, clientes) y a las diferentes situaciones de abastecimiento, distribución, pagos, etc., que vivan los comerciantes.

citar lo que una de nuestras fuentes ha visto sobre los procesos de vinculación al mercado y competencia entre allegados:

...El caso de S. El hermano era el que trabajaba ahí (en El Madrugón) y la cuñada, y él (S) fue o trabajó como año o año y medio ayudándoles a vender y le pagaban su sueldo, pero él fue aprendiendo, entonces el hermano le dijo “por qué no empieza usted igual, hágase un cortesito y lo va vendiendo ahí en mi puesto”, y (A) comenzó igual que él, entonces ya se abrieron. “No pues yo voy a registrar mi marca, usted ya tiene la suya y yo ya hago la mía”, pero normalmente el aprendizaje es por la misma experiencia del mercado (...)
(Tomado de la entrevista No. 3).

Imagen 8



Bodega en la que buena parte de población comerciante es ecuatoriana e indígena cuyas mercancías provienen de su país. Propiedad del autor.

Por un lado, podemos decir entonces que El Madrugón es un espacio comercial formalmente no regulado, integrado por grupos con lazos parentales o regionales, cuyo ingreso y permanencia en el campo están fuertemente determinados por la posesión tanto del capital económico como del social, en donde la competencia por los clientes es altísima. Es un espacio en el que el poder de los comerciantes está anclado a la fortaleza y distribución de las redes sociales que son las que suministran información y permiten un aprendizaje respecto a *estrategias* y *habitus* en la producción y la comercialización. Sin embargo, esa lucha también está definida en términos de distribución o control del espacio comercial, ya que en la medida que un agente controle varios “puestos”, no sólo podrá agilizar la venta de sus productos sino también el control comercial a nivel de ingreso y exclusión de ciertas sub-áreas en el mismo Madrugón.

Factores como la solidaridad, el riesgo, la amenaza, la reciprocidad con el familiar o el coterráneo permanecen de manera constante en este campo social, aunque no tienen siempre la misma intensidad desde el comienzo hasta el final. El capital social si bien es trascendental para el acceso al juego, en ocasiones es ambiguo y frágil ante coyunturas comerciales, e incluso ante coyunturas de deslealtad hacia otros. Esto implica para los agentes comerciales una preocupación por el cuidado de su capital social y para lograr una estabilidad en todas las etapas del negocio (ingreso, permanencia, abastecimiento de materia prima, fidelidad de clientes, etapas de producción, etc.).

Esta aproximación desde la teoría de los campos resulta entonces enriquecedora para el estudio de este fenómeno urbano comercial en la medida que ayuda a descifrar y entender la diversidad de interacciones e *illusios* de los actores y la importancia de los diferentes capitales para la permanencia en este competido mercado. No se desconoce que elementos tradicionales de las teorías sobre informalidad están presentes e insertos en redes comerciales muy fuertes y cerradas, que son más difíciles de detectar para el Estado y por ende, de controlar. Lo que se resalta acá con la teoría relacional de Pierre Bourdieu es esta dinamicidad, heterogeneidad, hermetismo, flexibilidad, debilidad y fortaleza del sector informal en sus eslabones sociales, así como ese carácter popular y colectivo que hay detrás de las actividades comúnmente asociadas con la informalidad.

La informalidad, ejemplificada con el caso de El Madrugón, más que un fenómeno social que manifiesta la precariedad y pérdida de calidad del empleo; más que una forma ambigua de llamar una realidad que se traduce en la búsqueda de lograr un ingreso económico; o como una respuesta organizada por parte de un grupo de personas, debe o puede ser entendida como un espacio de disputa y cooperación constantes entre agentes y grupos con diversos capitales, intereses y estrategias que se configuran relacionalmente (unos y otros se van adaptando según la evolución de la posición de los agentes en el campo, así como del tamaño de sus capitales acumulados). Esto llamado informalidad varía en su magnitud e importancia según las dinámicas comercia-

les, así como en la diversidad de interrelaciones construidas sobre un espacio o una actividad económica. De aquí la complejidad en abordar este fenómeno y acotarlo con varias características, aun cuando manifiesta diversidad de elementos que envuelven significados tácitos, compartidos y contruidos socialmente.

Cabe anotar que para el presente estudio, este territorio y los intereses formados a su alrededor se han transformado de acuerdo a la fortaleza y extensión de redes y capitales locales, al igual que a ciertas condiciones como la comercialización a bajo costo de artículos importados, tal cual Medina reseña en un artículo sobre comercio informal callejero en el centro de Bogotá (2005).

Se puede decir entonces que El Madrugón es un espacio social con una serie de funciones sociales que dependen lógicamente y relacionamente de los individuos involucrados, el cual fue en su inicio una respuesta atomizada y desorganizada, pero al mismo tiempo fuerte hacia las propuestas de las administraciones distritales. Esto implicó desde luego un reordenamiento de intereses económicos, espaciales y sociales durante la recuperación del centro de Bogotá, en especial en el sector de San Victorino. Esta reorganización ocurrió, primero, por parte de individuos desalojados, quienes estaban en la búsqueda de un espacio ideal para sus ventas, y posteriormente por empresarios de la misma zona y quienes aprovecharon el nuevo espacio popular como nicho de mercado paralelo al formal.

Imagen 9



Ante las dificultades de movilidad para acceder y salir de la zona del Madrugón, muchos compradores optan por sacar su mercancía en costales. Propiedad del autor.

Para terminar, es importante decir que este fenómeno de ventas populares ha sido fundamental en la recuperación y renovación del Centro bogotano. Este ha sido parte de una etapa caracterizada por el desorden, el alto tráfico vehicular en días de mercado, hurtos, así como del auge del comercio, construcción de nuevas vías y un cambio en el sistema de transporte. Sin embargo, aún queda por responder qué impacto ha tenido el desarrollo de El Madrugón sobre el comercio de la zona, sobre sus condiciones de seguridad, sobre el mercado laboral local, sobre los futuros proyectos de renovación urbana relacionados con el Plan Centro, y sobre las políticas de espacio público y ordenamiento territorial.

Seguramente, serán otras líneas de investigación, pero todas ellas relacionadas o tomando como punto de referencia este fenómeno de informalidad urbana en el sector de San Victorino.

Desde luego, aún quedan interrogantes por hacerle a las autoridades, por ejemplo, ¿cómo una de las zonas más deprimidas, excluidas e inseguras de Bogotá, logró transformarse en uno de los espacios comerciales con mayor atracción para la inversión de pequeños y medianos comerciantes formales e informales en el ámbito de la moda?, ¿qué experiencias deja el surgimiento de El Madrugón para las autoridades locales y nacionales?, ¿ha logrado El Madrugón seguir funcionando, pese a la tolerancia de las autoridades?

Capítulo IV

Primer estudio de caso: jeans para mujer, un negocio burbuja

4.1 Ingresando al campo: las primeras estrategias de la microempresa de jeans

4.1.1. Origen de los microempresarios: su ingreso al campo

Estos microempresarios son dos esposos que no tienen más de 30 años y provienen de un pueblo de Boyacá en donde las oportunidades laborales son escasas. Ella terminó su bachillerato, cursó la carrera de Administración de Empresas en la universidad de su pueblo y empezó la carrera de Contabilidad en Bogotá. Ella había tenido la oportunidad de trabajar en el banco del municipio, y desde los 20 años aproximadamente había trabajado a finales de cada año con un familiar en la comercialización de jeans para mujer en El Madrugón. Esa había sido su única cercanía con el campo. Por su parte, él terminó su secundaria en el mismo municipio y estando allá desarrollaba actividades agrícolas.

Él empezó a vincularse con el mundo textil a través de un coterráneo que comercializa telas de jean. Estando en Bogotá trabajó para esta persona distribuyendo y cobrando

los pedidos de esta materia prima. Luego, se asoció con otro paisano que tenía taller de confección de jean. Ahí pudo acercarse a las *prácticas* y *habitus* propios de la producción de la prenda que hoy comercializa así como a la etapa de comercialización, aunque no de manera emprendedora y activa que conllevara un aprendizaje pleno y, por ende, un dominio sobre los procesos de fabricación. Es decir, no desarrolló un *habitus fuerte* en relación al ámbito de la elaboración de la prenda.

Relativamente fácil fue acceder a la etapa de la comercialización, ya que su amigo tenía un puesto en El Madrugón. En esta sociedad se distribuían y asumían los costos de la producción y del arriendo del espacio en porcentajes iguales. Con el tiempo, este microempresario vio que el negocio era más rentable si rompía la sociedad y asumía por cuenta propia tanto producción como comercialización. Fue entonces cuando decidió proponerle a su pareja que pusieran en *práctica* su experiencia en la confección, y el conocimiento de ella en ventas así como el adquirido a través de sus estudios superiores.

Para ambos esposos, el ingreso a este campo se vio fuertemente influenciado por la experiencia de la esposa en el ámbito de la comercialización. Ella sabía que las ventas de esta prenda a finales de cada año eran un “buen machete”.¹ Por su parte, él veía cómo en el ámbito de la producción la demanda de la materia prima era alta, lo cual era una muestra

¹ Se refiere a que es un negocio rentable o que al menos genera ingresos nada despreciables.

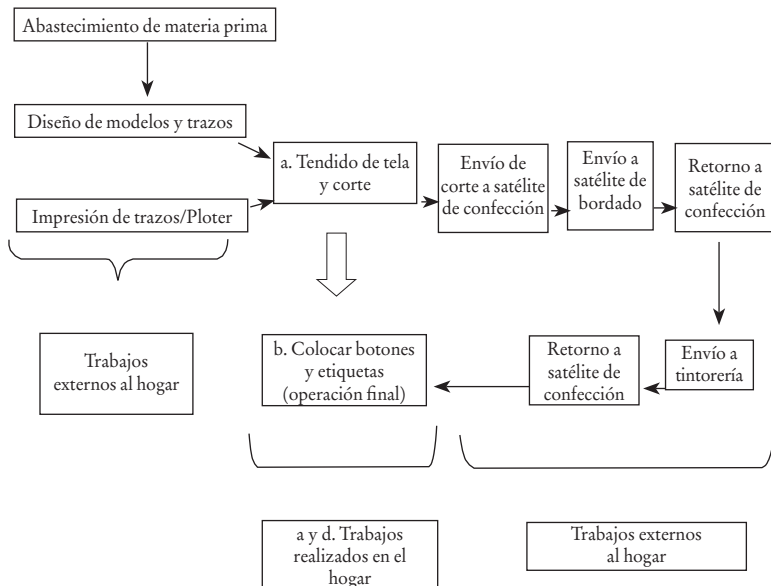
de la dinámica del negocio del jean y, por consiguiente, de las utilidades que recibirían una vez ingresaran al campo. Sin embargo, esa *illusio* inicial se vio modificada cuando se enteraron en detalle de los costos y del riesgo de dicho proyecto, el cual demandaba reinvertir las utilidades ante la carencia inicial de capital económico.

Hablamos entonces de una etapa en la que se empezaba a descubrir y a adquirir los conocimientos necesarios para la fabricación de la prenda, lo cual se interpreta como la etapa de adquisición e implementación de *nuevos habitus* y *nuevas prácticas* empresariales en sus trayectorias laborales, implementación que se dio bajo asesoría de su capital social ya establecido en El Madrugón y vinculado al sector textil. Si bien al comienzo no contaron con un “plante”,² sí contaban con los pocos clientes que venían de la antigua sociedad del esposo, con el espacio para las ventas, con el saber específico sobre el manejo de las finanzas de la microempresa, pero sobre todo con el *capital social* materializado en el paisano que les fió inicialmente y que les sigue fiando las telas. Es con esta persona con quienes ellos tienen mayor agradecimiento, pues sin la materia prima no se podría hacer ninguna de las etapas que conlleva el proceso de jean.

“Lugares y etapas que se requieren para la realización de la prenda de Jean”

² La palabra “plante” se refiere a un capital económico inicial invertido en alguna de las etapas del negocio.

Gráfica 4



Distribución interna y externa de los procesos de fabricación de la prenda de jean.

Desde el comienzo, la fabricación del jean se ha caracterizado por la externalización de casi todas las etapas que conlleva la realización de la prenda de jean, *estrategia* que no ha sido planificada ni meditada con anterioridad, sino que ha sido recomendada por la red de amigos, familiares o paisanos (capital social). Esa red les sirvió como canal de información y carta de presentación al facilitarles los contactos de quiénes les podían alquilar una mesa de corte, confeccionar las prendas, hacer los bordados, los diseños y los trazos, ya que no se poseía información, medios de producción, conocimientos y prácticas estrechamente relacionados con la confección ni mucho menos con un capital económico suficiente para pagar

los primeros servicios subcontratados. En síntesis, este *capital* fue fundamental para articular la compleja red de trabajo y poner en marcha su proyecto empresarial.

Para la fabricación del pantalón hay que disponer en primer lugar de la materia prima y de los diseños del modelo que se quiere fabricar. Luego se debe tender la tela en una mesa de corte para cortarla según los modelos definidos. Posteriormente, se confecciona y luego viene la etapa del bordado correspondiente. Después de estas etapas, se confeccionan las partes de la prenda que hacen falta. De allí pasa a tintorería y retorna a confección para colocarle la marquilla. Por último, se etiquetan y ponen botones. Sin embargo, en vista de la cantidad de operaciones que conlleva la fabricación de la prenda y que en este trabajo no lo podían integrar verticalmente estos microempresarios, ellos acudieron a varias instancias especializadas en la realización de cada una de ellas. En síntesis, recurrieron inicialmente a la estrategia del “outsourcing” o de la subcontratación externa a la unidad de trabajo con otras unidades especializadas para la fabricación de la prenda de jean, logrando así la conformación de un *cluster*³ (Rothery y Robertson: 2000, 4).

³ Aunque la figura “cluster” se refiere a la articulación horizontal de una serie de unidades de trabajo en un espacio geográfico determinado y en el que las relaciones interpersonales entre proveedores y la fábrica principal están basadas en lazos de confianza (Casalet, 2003: 324), Hernández Gascón y Fontrodona (2003: 27) hablan de la figura de “micro cluster” con la precisión de que se desarrolla en un espacio geográfico muy reducido, elemento que puede ser atribuible a la microempresa de jeans. En este caso, las unidades que componen el micro cluster son el servicio de diseño, el satélite de confección y bordado, así como la tintorería.

Cabe decir que la articulación de este cluster informal no fue ajena a dificultades iniciales ante la carencia de un *habitus* fuerte en el ámbito de la confección. Es decir, en la medida en que estos microempresarios no conocían en detalle en qué consistía el proceso de elaboración de la prenda, ni cuánto tiempo requería el paso de cada corte por las diferentes etapas, se tuvieron tropiezos en la coordinación de la fabricación y en saber con exactitud cuándo podrían tener lista su mercancía y cuándo debían volver a cortar. Finalmente, todo ello afectaba la cantidad de las prendas a ofertar, así como los pagos a las diferentes unidades subcontratadas. Lo anterior ha sido así aunque el uso de su teléfono celular les ha permitido saber el estado de la producción por parte de cada uno de los proveedores, para tener una imagen muy general sobre el estado del proceso de fabricación.

Ahora bien, ante las posibles obstrucciones iniciales de acceso a la información por parte del capital social, estos microempresarios encontraron en El Madrugón la posibilidad de contactar a los proveedores del servicio que necesitaban para articular y concretar el trabajo productivo. Esto así porque muchos de ellos concurren al campo para cobrar sus servicios prestados a otros clientes.

Por otra parte, para vincularse independientemente al campo comercial fue importante que también implementaran una serie de estrategias iniciales. Por ejemplo, para poder usar el espacio en El Madrugón debieron comprarle el derecho al uso del espacio que el socio disponía, lo cual se conoce con

el nombre de “*prima*”⁴ y que en su caso correspondió a \$8 millones de pesos.⁵ Ese pago lo hicieron paulatinamente mientras el pequeño negocio daba sus primeras y escasas utilidades ya que además había que cancelar el arriendo mensual del puesto. En la actualidad este costo es de \$275.000 pesos, aunque cuando va a comenzar la temporada de final de año deben pagar en octubre \$1.300.000 pesos por los meses de octubre, noviembre, diciembre y enero, lo cual equivale a un 18% más respecto a lo que cancelan en cualquier otro mes del año. Actualmente, un requisito indispensable para poder trabajar en estos puestos es tener el Registro de Cámara y Comercio, pues es una exigencia por parte de la administración de la bodega a todos los comerciantes que en ella están.

También debieron desarrollar estrategias de *reducir los precios* de la prenda para hacerse conocer de la clientela, así como del recurso de la publicidad a través del locutor de la bodega. Frente a esto la pareja de microempresarios tuvieron que conformarse con ganar únicamente experiencia y dejar las utilidades para cuando su mercancía fuera más conocida y tuviera unos niveles de demanda más elevados. Precisamente, una de nuestras fuentes nos indicó qué hicieron estos microempresarios para iniciar su actividad comercial:

⁴ “Prima” se refiere al valor que tiene el puesto; no hay que confundir con el arriendo. Las primas son los valores del espacio que se trazan entre las personas que quieren acceder al mercado.

⁵ Hoy en día puede valer unos \$20 millones de pesos, valor que está dado por varios factores como la posición en la bodega, la competencia ubicada alrededor, el reconocimiento que tenga la clientela del puesto y la marca de la prenda.

Inicialmente, mientras se dan a conocer, ellos tienen que arrancar con precio: un pantalón a 15 mil, 18 mil, para que alguien se arrime y le compre y vea que es bueno. Ya cuando ven que es bueno, ellos van subiendo de nivel, ya no es de 18, sino de 19 y se van dando esos lujitos de subirle un poquito al pantalón (Tomado de la entrevista No. 2).

Ahora bien, ante el reducidísimo número de clientes en su comienzo, estos microempresarios tuvieron que recorrer los locales del comercio de Bogotá como estrategia para vender la mercancía que quedaba de sus primeros mercados en El Madrugón. Las posibilidades de tener unas ventas relativamente estables se hicieron posibles en el mediano plazo cuando estos comerciantes iban teniendo más relaciones comerciales con más y mejores clientes. Sólo así se empezó a aumentar su cartera de clientes.

Esto dio pie para que las futuras relaciones comerciales estuvieran mediadas no sólo por el dinero, sino por la seguridad y la confianza, pues, por un lado, existía el compromiso de no desmejorar la calidad, y, por otro, contar con la lealtad de los clientes. Es decir, la relación comercial se sustentó no sólo en el intercambio de mercancías por dinero, sino en la confianza en los clientes mayoristas al otorgarles crédito. Esa fue otra manera de reducir la incertidumbre inicial de la competencia en el campo comercial.

La variabilidad en las ventas ha sido desde el principio uno de los principales obstáculos a vencer y obedece en primer lugar a que El Madrugón es un escenario en el que conflu-

yen comerciantes de todas las regiones de Colombia para abastecerse y no se sabe cuándo retornarán al mercado. Y en segundo lugar, porque la competencia puede “apropiarse” de un cliente a través de un diseño que llame la atención o sencillamente vendiendo más barato. Es este tipo de acciones, entre competidores, que hacen de El Madrugón un mercado desleal ante la falta de instituciones reguladoras de los precios y que dé cuenta de las luchas entre comerciantes.

Este factor es más importante aún si se tiene en cuenta que los buenos clientes muy posiblemente recomendarán a sus amigos mayoristas para que busquen y adquieran la marca de la prenda que esta microempresa comercializa. Sin embargo, la estrategia inicial de la reducción del precio final de la prenda se suma al rápido posicionamiento en el campo, pues hay que distinguirse de la competencia que comercializa el mismo tipo de prenda. Este posicionamiento, reconocimiento y no desmejoramiento de la calidad de la prenda fueron otros elementos que permitieron que más adelante se pudiera elevar el precio de la prenda.

Es así como el poder de ingreso de estos microempresarios al competido campo de El Madrugón estuvo sustentado tanto por estrategias “fuertes” relacionadas con el posicionamiento de la marca, como estrategias “desleales” por el valor inicial de la prenda lo cual permitió llamar la atención de los clientes y posiblemente reducirle las ventas a otros competidores. Cabe señalar que las primeras estrategias estuvieron soportadas por un intento de integración horizontal de los procesos mediante la articulación del trabajo de varias

unidades de producción y de la calidad de su prenda, para la cual se apoyaron principalmente en los lazos de solidaridad, confianza y recomendación de su *capital social*, pues éste fue la principal *fuentes de información* sobre proveedores. En cuanto al segundo tipo de estrategias y para su rápido posicionamiento en el campo, redujeron el precio inicial de las prendas y dieron una importancia mayor al factor confianza en los intercambios comerciales como mecanismo para reducir la alta variabilidad que caracteriza a este espacio de constantes luchas comerciales.

En resumen, con la estrategia inicial de reducción de precios lo que buscaron los microempresarios fue: (a) llamar la atención de los clientes; (b) posicionar rápidamente la marca; (c) vender rápido su mercancía para pagar a proveedores para no retrasar la producción; y (d) reducir la incertidumbre del campo. Todo lo anterior es lo que ha hecho posible la reproducción inicial del mercado de esta microempresa de la confección.

4.2. Las estrategias para la permanencia: la organización del trabajo

4.2.1. Confeccionar jean: un trabajo realizado por el cluster informal

Para estos microempresarios, la elaboración de su prenda es un trabajo complejo en su organización productiva. Por lo general, el orden que necesita la fabricación de un pantalón

de estos es el siguiente:⁶ abastecimiento de la materia prima y su respectivo tendido en una mesa de corte; impresión del plotter, el cual está compuesto por las piezas del pantalón; corte de tela según el diseño dispuesto en el plotter; confección de la prenda; elaboración de bordado; proceso de tintorería; revisión final; y finalmente etiquetado y puesta de botones. Cabe decir que el tiempo que tarda cada trabajo sobre la prenda no es calculado con vista a estandarizar y controlar los diferentes procesos de fabricación, pues en algunas etapas se tiene nociones muy vagas sobre el tiempo que demora el proceso de fabricación.

Debido a un reducido capital económico los microempresarios han organizado la realización del jean en la subcontratación con diferentes unidades de trabajo mediante la recomendación hecha por su *capital social* ya establecido en El Madrugón. Por tanto, la fabricación de la prenda está basada en la descomposición o atomización de las operaciones. Este *capital* ha sido entonces el principal recurso para acceder a las diferentes instancias proveedoras de servicios, lo cual ha dado como resultado la conformación de un cluster informal en todas sus etapas. Se afirma que éste es informal, ya que las relaciones contractuales entre microempresarios, las empresas proveedoras de servicio y operadores no están reguladas por el Estado, ni blindadas por ningún mecanismo legal, pues en estos espacios productivos los contratos son verbales.

⁶ Cabe aclarar que este orden es general, pues dependiendo del diseño del pantalón este orden variará, aunque no sustancialmente.

4.2.2. Flexibilizando la producción

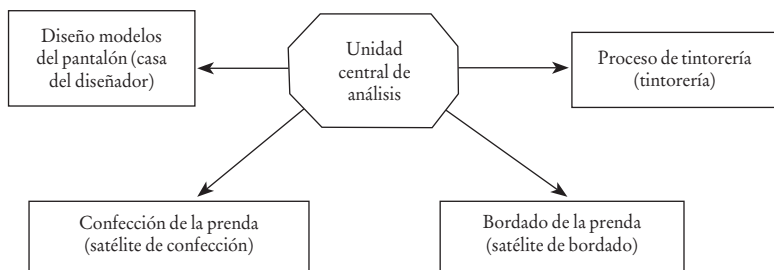
Para estos microempresarios, su capital social ha sido fundamental en la construcción del orden productivo. El hecho de que la persona que abastece de materia prima a nuestra unidad central de análisis sea paisana de estos dos microempresarios, así como de otros comerciantes; o el hecho de que la persona que les elabora los diseños y trazos hayan sido recomendadas por un familiar de la esposa, indican cómo ante la no posesión de suficientes recursos económicos, la construcción de la red de trabajo y, en consecuencia, la fabricación de la prenda es superada mediante lazos de cercanía y confianza entre allegados.

Los ocho procesos que implican la confección del jean hacen de por sí difícil para estos microempresarios que todo se pueda realizar en un solo lugar, cabe decir, que para fabricar la prenda se requiere tener y saber manejar por lo menos seis máquinas de coser (presilladora, collarín, cerradora, fileteadora, dos agujas, sencilla), así como de bordadoras, secadoras, lavadoras, planchas, etc. En resumen, para fabricar prendas de jean se requiere poseer principalmente un *capital económico*, y también dominar un capital *tecnológico* y *cultural*, elementos que los agentes de esta unidad de trabajo no han tenido.

Debido a la carencia de estos elementos es que estos agentes comercializadores han basado la fabricación de las prendas en la subcontratación de otras unidades autónomas de confección especializadas en determinadas funciones. Así, su principal *estrategia* ha sido recurrir a la flexibilización productiva y la subcontratación de los diferentes servicios,

dejando para el ámbito doméstico la realización de algunos procesos. Estrategia típica que suele hacer parte de los *habitus* de gestión en este campo. Entre los servicios subcontratados están el diseño del modelo por tallas, la confección de la prenda y el proceso de bordado, al igual que el de tintorería.

Gráfica 5. Etapas de subcontratación de servicios



En cuanto al trabajo realizado en casa, el jefe del hogar tiende en su mesa de corte los rollos de la materia prima y junto con su esposa decoran el pantalón, colocan botones y lo etiquetan. Además organizan y empacan en costales los pantalones por tallas cuando se disponen a vender, aunque cabe decir que estas últimas actividades son más responsabilidad de la mujer. Esto es así porque fuera del hogar él emplea su tiempo para relacionarse directamente con cada uno de los proveedores de servicio, según el trabajo que requieran los cortes. Asimismo, lo va redistribuyendo a lo largo de la cadena de trabajo. Por último, envía mediante servicio de mensajería los pedidos que le soliciten los clientes ubicados fuera de Bogotá. (Ver gráfica 3 del capítulo “Ingresando al campo: las primeras estrategias”).

Por su parte, la esposa organiza en el hogar la contabilidad del negocio en un cuaderno donde está anotado lo que les deben sus clientes de El Madrugón, así como otros que han conseguido, pero que no acuden al espacio mayorista ante la facilidad del servicio de encomiendas interregionales. Es clave resaltar que el trabajo de esta persona y sus estudios universitarios son un *capital cultural* importante que influye en el orden de los pagos a los proveedores y en la percepción que estos tengan de ellos (responsables, incumplidos, etc.), así como en las deudas que pueden dejar pendientes o que pueden adquirir con el objetivo de darle permanencia a sus labores empresariales.

Pero que él se encargue de la logística del trabajo externo al hogar y que su esposa realice algunos trabajos productivos en la casa tiene dos lógicas diferentes aunque relacionadas: por un lado, reducir costos mediante la realización, gestión y control de operaciones ligadas a la producción y por otro, cuidar del hogar, pues siendo una familia compuesta por 3 integrantes cuya única hija tiene 6 años, ella requiere de cuidados personalizados y ayudas con las tareas del colegio. Es de esta responsabilidad doméstica y de otras que la esposa del jefe de hogar se encarga mientras organiza la mercancía. En el ámbito de la comercialización, ambos participan, aunque en días de El Madrugón es él quien llega temprano para organizar el surtido, mientras su esposa lleva a su hija al colegio. Después de esto, ella lo acompaña a vender. Lo anterior nos indica que ya hay tareas definidas, así sea tácitamente, al interior y exterior del hogar.

En síntesis, hablamos de una microempresa en la cual una parte sustancial de la logística del trabajo productivo realizada fuera del espacio privado del hogar está bajo responsabilidad del hombre, donde se requieren habilidades para gestionar el proceso y garantizar los tiempos de cumplimiento y entrega en la realización de la mercancía, aspectos claves para el éxito del negocio. Mientras tanto, la mujer se encarga de la esfera privada del hogar y del trabajo que en él se pueda hacer. Esto también señala el grado de flexibilidad productiva como mecanismo empleado por la unidad familiar para permanecer en el campo de El Madrugón, además de la presencia paralela de roles empresariales y de género que se cruzan en tiempos y en espacios determinados, los cuales pueden ser modificados de acuerdo a las necesidades de la unidad familiar o productiva. Desde luego, este equilibrio familiar y productivo puede verse amenazado ante posibles tensiones que surjan en el desarrollo de alguno de aquellos roles, pero aun así, estos empresarios han entendido que el éxito de su proyecto depende también de saber manejar sus relaciones interpersonales y sus roles como padre y madre.

Por otra parte, ese *habitus* productivo de estos comerciantes se ha ido estructurando a partir de las mismas condiciones que implican la fabricación de la prenda, pues ante la ausencia de capitales como el tecnológico y el económico, la estrategia ha estado basada en la realización fragmentada del proceso productivo y en la subcontratación con proveedores de servicio, lo cual es característico del cluster informal. Sin embargo, esa organización productiva no ha sido azarosa sino que aparece como respuesta ante las prácticas y estrategias establecidas

previamente por los agentes comerciales del campo de El Madrugón, y ante la carencia y las dificultades de acumular capital económico para su permanencia.

4.2.3 La calidad de la prenda y el cumplimiento cuentan en el negocio “burbuja”

Una de las unidades de trabajo más importantes para la microempresa que comercializa y organiza la logística de la fabricación de los jeans es el satélite⁷ de confección. Esta unidad, cuya labor es unir las piezas que componen la prenda, es importante pues frente a la diversidad de moldes y volumen de ventas, los microempresarios necesitan no sólo que el jefe de satélite sea cumplido con las entregas de los pedidos, sino también responsable por la calidad del servicio que ofrece.

Por ejemplo, la calidad de la horma del pantalón⁸ es el principal aspecto que el jefe de taller debe cuidar en la confección, debido a que garantiza en parte a los clientes de El Madrugón que los consumidores finales se sientan a gusto con

⁷ Según los autores Manuel Aljure y José Martínez en su documento: *El sistema de satélites en la industria de las confecciones*, “los satélites [de confección] se han convertido en una alternativa viable de confección que permiten una mayor flexibilidad de la producción, adecuándola al movimiento cíclico de las ventas: hacen posible que un eventual aumento de la producción se lleve a cabo sin costosas inversiones, en ampliación de planta y compra de maquinaria...” (1989: 1). De manera puntual, estos autores definen al Satélite como “una unidad productiva independiente que se encarga de hacer uno o más pasos del proceso productivo de la empresa que comercializa el producto final.” (Ibíd., 51).

⁸ La horma del pantalón corresponde a la cintura de la prenda que ayuda al realce de esta parte del cuerpo.

esta prenda⁹ y que, por tanto, el ciclo de la comercialización se repita y los intermediarios sigan abasteciéndose y distribuyendo la prenda.¹⁰ No obstante, cabe decir que la garantía en la horma de la prenda depende también del trabajo del diseñador, pues es quien controla a través de su computador aspectos como las tallas y las guías del corte. Esta etapa de producción es importante ya que acá es donde se gesta la calidad y el capital simbólico de la microempresa, que en el espacio de El Madrugón será reconocida como la marca del jean.

No sobra aclarar cómo es el proceso de creación y reproducción de este último capital. Su “germinación” comienza en la etapa de diseño, se materializa en el campo de confección en donde el jefe de taller arriesga su *reputación* (*capital simbólico*) ante sus clientes, en el sentido de que los pedidos estarán a tiempo y con la calidad ofrecida. Mientras tanto, en campo de El Madrugón los microempresarios arriesgan su *capital simbólico* representado en la marca de su prenda. (Ver gráfica 14).

⁹ Si bien estos microempresarios no tienen siempre un contacto directo con los consumidores finales, ellos se enteran de estos detalles mediante conversaciones tenidas con sus clientes “intermediarios”.

¹⁰ Es de resaltar que el campo del Madrugón es también un espacio en el que no sólo clases populares sino también clases medias se abastecen para revender en establecimientos formales estas mismas prendas. Sin embargo, en ocasiones etiquetan la prenda con una nueva marca. Es decir que este fenómeno funciona también como un espacio importante para la reproducción y supervivencia de agentes formales e intermediarios a nivel nacional.

Gráfica 6. Reproducción del capital simbólico



Precisamente, uno de nuestros entrevistados nos cuenta cómo son las *apuestas* que esta microempresa hace en el juego y de manera general cómo es su dinámica comercial y productiva:

...es una inversión, es una inversión costosa, el capital de E (microempresario) medianamente, el chucito de 2 por 2 podría ser una inversión de 80 millones, la sola prima ¿cuánto vale? 20 millones de pesos, la sola prima (...) La sola *marca* de él ya tiene un *good will*¹¹ entonces ya en algunas partes conocen el pantalón, “ah, esta marca es buena o mala”, como quiera, pero ya la conocen y eso vale, eso es incalculable, eso no tiene precio (...). Entonces lo de E es lo mismo y todas las marquitas: usted compra hoy mil metros, con mil metros usted saca más o menos 6 diseños, los cortó, los confeccionó, los produjo y los puso ahí, pero ¿qué, ahí quedó? No, tiene que seguir comprando tela, y mandar a producir y usted vendió aquí 50, allá 100 y ponga más y eso es una cadena de plata (...), un montón de plata rodando (...)

(Tomado de la entrevista No. 2).

¹¹ “Good will” se refiere al prestigio o reconocimiento que una empresa ha alcanzado en su trayectoria laboral. Definición tomada del portal [web www.bves.com.sv].

De la anterior cita puede extraerse que la gestión del negocio de jean en El Madrugón está basada en un negocio “burbuja”. Es decir, mientras más elevadas sean las ventas en el mercado, los volúmenes en la producción deben ser mayores para que mayores sean las utilidades. Ello explica la tensión y preocupación que sienten estos microempresarios cuando se presentan incumplimientos con los pedidos en las diferentes etapas de producción, pero también en los pagos en el campo, pues este capital recogido es el que posteriormente se abonará a los proveedores de la red de trabajo.

Por ejemplo, una de las relaciones que está más propensa a situaciones de tensión ante escenarios de incumplimiento, bien sea en la entrega de los pedidos o bien en el monto de los abonos es la de microempresarios y jefe de satélite de confección. La primera situación se da no sólo por lo difícil que pueda resultar la confección de algunos modelos, ya que afecta el rendimiento de los operarios, sino también por su edad. Precisamente, en el taller de confección trabajan tres personas mayores de 45 años, cuya agilidad en el manejo de las máquinas es inferior al que tienen los trabajadores más jóvenes. No obstante, cuando no se tiene listo un pedido y se presenta una elevada dinámica comercial, el jefe de taller solicita a los operarios trabajar por más tiempo hasta cumplir con su responsabilidad, lo que en otras palabras es extender el tiempo de trabajo y adaptar la mano de obra a las altas fluctuaciones del mercado o a las demoras en la producción.

La otra situación surge de la variabilidad en el mercado lo cual conlleva a que los pagos que deben hacer los microempresarios a este proveedor así como a los otros también

oscilen. Para el jefe de satélite de confección estos escenarios son preocupantes, pues tiene 2 clientes, emplea a cerca de 10 operarios y, por consiguiente, una reducción en las ventas puede poner en riesgo no sólo los trabajos de los operarios sino su propia permanencia en el campo de la producción. En pocas palabras, la posición y estabilidad del satélite de confección en el mercado depende en gran medida del éxito comercial de sus reducidos clientes.

Podría pensarse entonces que al ser una actividad informal, el cumplimiento en la entrega de los pedidos poco importaría, pero en este caso, en la relación entre los empresarios y el jefe de taller de satélite hay una alta y mutua dependencia al ser éste su único satélite de confección y aquel uno de sus dos clientes. Es por esto que la puntualidad en los pedidos y en los pagos trata de cuidarse por cada una de las partes, sobre todo a final de cada año, pues es cuando hay mayor demanda por la prenda en el mercado y cuando la cadena de trabajo no puede fallar ni detenerse.

Estas situaciones de tensión y potencial conflicto también son frecuentes en la temporada de diciembre, en espacios como el satélite de bordado y en la tintorería debido a que ambas unidades de trabajo tienen una elevada demanda por el servicio, lo cual genera incumplimientos en la entrega de los pedidos. Ante estos escenarios, los empresarios ya saben que deben anticipar la realización de los cortes cuando hay buenas ventas en El Madrugón y sobre todo cuando se acerca la época de final de año. Sin embargo, la relación de dependencia de esta microempresa con estos otros proveedores es desigual en el sentido de que ambas instancias tienen un

elevado número de clientes, y los agentes deben esperar que toda la mercancía rote hasta llegar finalmente a su pedido. Es por esta razón que resulta difícil negociar o controlar los tiempos de entrega en esta etapa.

De la etapa de bordado es de resaltar que el proveedor y los comerciantes fundamentan su relación en la confianza, lo cual resulta importante para la competencia y el movimiento de la mercancía en El Madrugón. Esta confianza o reserva consiste en que el primero asegura o protege por máximo tres meses el diseño del bordado que su cliente le ha solicitado. Esta información se cuida de no ser revelada, pues un bordado que sea “buen machete” querrá sacarlo también la competencia. Puede entenderse este movimiento del agente como una monopolización del diseño por poco tiempo en un mercado donde la competencia está expectante sobre lo que se está ofreciendo. Sin embargo, este movimiento también es propio de estos microempresarios del jean, quienes tratan de estar pendientes de las tendencias en moda, viendo lo que sus clientes han comprado en otros puestos.

Las otras etapas, como la de abastecimiento, diseño de trazado y cortado de tela no generan mayores tensiones para esta microempresa excepto en ocasiones cuando no hay suficiente materia prima en los depósitos, pues esto genera retrasos en toda la cadena de producción.

Otra estrategia importante en su gestión micro empresarial que ha ayudado a estos sujetos comerciantes en su permanencia en el juego es la diversificación de diseños. Como el campo de El Madrugón es un espacio altamente competitivo, ellos conocen las nuevas tendencias en moda a través de va-

rios frentes: observando los “machetes” de la competencia; mirando prendas exhibidas en vitrinas de centros comerciales o en espacios como ColombiaModa. Lo anterior con el fin de replicar o acercar sus modelos a esas referencias para así poder ofrecer variedad en todos los mercados y apurar la venta de su mercancía. Esta estrategia, si bien supone un rezago en la industria textil como dice Torres (2004: 25), ayuda a estos microempresarios a mantenerse al día en el ámbito de la moda, así como a quienes finalmente vestirán la prenda.

Ante esto, una de nuestras fuentes comentó los tipos de estrategias de inicio y de permanencia de estos comerciantes:

...a ellos los sostiene la variedad, o sea tener modelos, eso los sostiene a ellos más que el precio. Inicialmente, mientras se dan a conocer, ellos tienen que arrancar con precio: un pantalón a 15 mil, 18 mil pesos, para que alguien se arrime (...). [Luego] a ellos lo sostiene la variedad, porque llega el cliente y ya saben qué va a llevar, pero además que sabe que es buena confección, buen hilo, buena tela, eso hace el pantalón, pero es que ven diseño, ven variedad de modelos, y cada madrugón ven nuevos modelos. Eso es lo que los sostiene a ellos (...)

(Tomado de la entrevista No. 2).

No disponer de varios modelos representa entonces un riesgo altísimo para la permanencia, pues la competencia siempre está pendiente de clientes que no han conseguido lo que quieren. Pero la consecuencia de no tener diversidad en diseños no sólo es perder un cliente, es también mantener

represada la mercancía y no poder generar cimientos para posibles relaciones comerciales futuras:

...Imagínese que llega un cliente que le compra tres docenitas por modelo, y hay 10 modelos, ya sabe cuántas docenas se lleva. Pero llega y resulta que no hay sino dos modelos, y preciso de uno de esos ya llevó la semana pasada. “Pues le llevaré tres docenitas de ese y voy a buscar por allí” y peligrosísimo, muy peligroso, porque le tocó ir a comprar a otro lado más bonito, más barato (...). Puede perder el cliente, entonces es muy peligroso, muy peligroso.
(Tomado de la entrevista No. 2).

Es de resaltar que la forma en que estos comerciantes exponen sus modelos al público es vistiendo cinco maniqués con las prendas que van a ofrecer en el mercado y luego subirlos a una malla que está colgada del techo y que pasa por encima de su puesto. Es así como los clientes tienen la posibilidad de observar la diversidad de estilos que se está ofreciendo (bordados, desgastados, lentejuelas, así como la forma de las prendas).

En épocas donde el comercio se reduce y cuando sus ventas disminuyen, ellos implementan estrategias productivas para adaptarse a estos cambios intempestivos del campo. Por lo general, en cada corte o rollo de tela sacan un modelo de aproximadamente 250 prendas, pero ante situaciones en donde el comercio se contrae, ellos le solicitan al diseñador que por cada trazo les saque dos modelos diferentes:

...ellos lo hacen cuando las ventas están malas, (...) pero igual aunque estén malas, ellos tienen que tener surtido, entonces a ellos un corte (...) les representa 250 pantalones. Entonces si meten dos diseños en uno para que les salgan dos modelos (...) por ahí de 150 cada uno o 125. Porque se hace poquito pero tienen surtido, pero no siempre hacen eso. Eso lo hacen como en temporada mala, en temporada buena no, en temporada buena ellos mandan corte normal. (Tomado de la entrevista No. 2).

Al menos en la etapa productiva, las principales implicaciones de conformar un cluster informal en el que se descarga la fabricación de la prenda en diversas unidades productivas (satélite de confección, satélite de bordado, tintorería) es no controlar los tiempos de entrega de la confección y de los bordados, y someterse a la espera del tiempo que conllevan los pedidos de otros clientes y los propios, además de sucesos inesperados en cada uno de los procesos. De ahí que las nociones de entrega del pedido sean en algunas ocasiones vagas e imprecisas. Es por esto que la incertidumbre en el cumplimiento de la entrega de los pedidos ha sido el riesgo que han enfrentado estos agentes empresariales al hacer de la subcontratación micro empresarial su principal estrategia de producción.

Como parte de su estrategia de flexibilización y reducción de costos de producción de la prenda, estos comerciantes han optado por realizar pequeñas operaciones de la confección en el ámbito doméstico, en el que se mezclan roles derivados del núcleo familiar, y responden a espacios y tiempos flexibles.

Respecto al tema de diseños, su atención está dirigida más que a crear o innovar, a fijarse en lo que la competencia está sacando en el mercado para replicar o asemejar su producción.

Ahora bien, el *capital social* y los lazos de confianza contruidos entre esa misma red social si bien han sido *factores estructurantes* para la articulación de la cadena de trabajo, la experiencia les ha enseñado a estos microempresarios que este *capital* debe manejarse prudentemente, pues una recomendación puede poner en alto riesgo el desarrollo normal de las actividades productivas. Por ejemplo, en una ocasión estos microempresarios recomendaron a alguien muy cercano ante una de las personas vinculadas a la red de trabajo, sin embargo, su recomendado no respondió con su obligación:

...con E (nuestro empresario de El Madrugón) pasó a raíz de lo de D (cuñado de E). A mí me disgustó mucho eso porque D llegó recomendado por J (esposa de E): “no que es mi hermano, que no sé qué” y después ya cuando se presentó este problema que no me pagaban yo llamé a J “y bueno, ¿qué pasa?”, “Ah no, yo no sé, el problema es con él”. “¿Ah sí?”, no les volví a contestar el teléfono y me iban a buscar allá a la fábrica y [les decían:] “no está, no está, no está”. Así me la pasé como 20 días y andaban desesperados, desesperados hasta que el tipo se paró en la fábrica y me esperó ahí y me dijo que “es que usted no me puede dejar tirado, que no sé qué, que hablemos, que usted tiene razón”. Hablamos, pero les dije que “lo de él no puede ser, porque ustedes me lo recomendaron (...)

(Tomado de la entrevista No. 2).

Lo anterior muestra no sólo lo frágil que está articulada la red de trabajo, sino la confusión que puede presentarse en los límites y las distancias de las posiciones objetivas de los agentes en el campo productivo. El riesgo es que si estos límites no son definidos desde el principio, situaciones inesperadas pueden afectar temporal o permanentemente la gestión micro empresarial, haciendo que la fortaleza lograda en el juego se vea reducida. Por esto el *capital social* es usado ahora de manera cautelosa para recomendar a un tercero ante algún proveedor de servicio, pues el factor *confianza*, tan vital para el funcionamiento de la red empresarial, puede verse fácilmente deteriorado o eliminado ante situaciones de poco control. No quiere decir esto que la confianza en la red sea un elemento de competencia y lucha entre los actores, pero si es un factor clave que no puede verse deteriorado por algún incumplimiento o falla en las diversas relaciones sociales.

Además, puede ser fundamental para marcar el prestigio o desprestigio que tiene un empresario en cada uno de los espacios productivos o comerciales, así como el éxito en su trayectoria laboral. Desde luego, la idea de estar trabajando y generando ingresos económicos en la red de trabajo lleva un vínculo de reciprocidad entre los agentes ante la escasez de trabajo. De aquí que los agentes en la red tengan un interés en ser depositarios de esa confianza y en responder a las dinámicas, según su experiencia acumulada. Si bien es cierto que es difícil medir la importancia dada a la confianza en cada una de las etapas, esta es vital ya que cimenta o ayuda cotidianamente la relación informal entre los diversos agentes.

Si bien el uso de la fuerza, la amenaza o la intimidación no están fuertemente marcados o mejor, no atraviesan las relaciones informales de la red de trabajo, la estrategia más eficaz ante la demora u omisión de un pago, o ante algún hecho que vulnere la confianza construida, es detener el funcionamiento de la cadena productiva, tal como sucedió a los comerciantes. Se sabe que difícilmente se puede acceder a la justicia en caso de algún incumplimiento en vista de que no se cuenta con pruebas legales como contratos de trabajo o cuentas de cobro que fundamenten una violación a un derecho. Esto no quiere decir que no se cuente con los mecanismos para corregir estas situaciones. En estos casos, el capital social “se cierra” o “se bloquea” como respuesta a lo sucedido, lo cual implica un reacomodamiento de las relaciones de los actores, tanto en el campo de la comercialización como en el de la producción, debido a la transgresión de la confianza construida.

A nivel comercial, estos microempresarios han desarrollado una serie de estrategias como fortalecer su capital simbólico al empacar en una bolsa timbrada con la marca de su pantalón y las prendas vendidas en unidades a su público. También han buscado fortalecer su *capital social comercial* al otorgarles crédito a sus “buenos” y antiguos clientes, aunque esta iniciativa puede presionar hacia la salida del campo de El Madrugón cuando estos no son cumplidos en sus pagos. Incluso, esa misma presión pueden sentirla subunidades y operarios cuyas relaciones de dependencia con los empresarios son altas, ya que pueden poner en riesgo no sólo su supervivencia diaria, sino también el capital económico, tecnológico y social construido a lo largo de sus vidas.

Tampoco hay que pasar por alto la relación con los nuevos clientes mayoristas quienes se acercan “recateando” o pidiendo precios más bajos, pues creen que su condición de ser nuevos mayoristas es un factor que los favorece para que los microempresarios les hagan descuentos. Y si bien el riesgo es que no compren, el cual es de por sí alto, estar mercado tras mercado ha hecho que estos microempresarios asuman un actitud de no descontarle nada a su prenda, pues saben que los costos que conlleva la producción son altos y que sus márgenes de ganancia están entre los \$2000 y \$2500 pesos por prenda. No obstante, es importante decir que existen ocasiones donde toca recurrir a la estrategia de iniciación en la que se reduce el precio de la prenda como respuesta ante las fuertes luchas con la competencia por clientes, pues no hacerlo puede poner en riesgo la permanencia en el mercado.

Cabe decir entonces que el espacio comercial ha servido a estos empresarios para canalizar de, primera mano, las opiniones de sus clientes para ampliar sus conocimientos en confección y ser mejores observadores y más exigentes del trabajo realizado en cada una de las unidades de trabajo que subcontratan. Es este tipo de relación horizontal (empresarios-clientes) donde se aprende “hablando, observando y comparando”, la que ha permitido ir explorando y afianzando las relaciones económicas para cuidar la calidad del producto ofrecido. Esto se traduce finalmente en la conformación de un *habitus* empresarial más competitivo, flexible y colaborativo que logra ser adaptado por los agentes a una serie de situaciones complejas, en el corto y largo plazo.

Redondeando las ideas relacionadas con el ámbito comercial, el objetivo inicial de esta microempresa no ha sido acumular capital económico, pues el margen de ganancia en las ventas está destinado, en buena parte del año, al pago de los servicios contratados que están pendientes. La intención de esta unidad central de trabajo está limitada a vivir de la venta de prendas de jean en el mayor volumen posible a través de estrategias como el fortalecimiento de su *capital simbólico* y su *capital social comercial* en El Madrugón, antes de la temporada de final de año. Esto así porque saben que la única forma de generar márgenes de ganancia y cumplir con sus pagos a los proveedores es elevando su volumen productivo y diversificando la oferta.

Por otra parte, no controlar los tiempos en ninguna de las etapas que conllevan más trabajo sobre la prenda genera momentos de alta tensión, pues el incumplimiento en la entrega de los pedidos o de los pagos a las unidades puede desencadenar su exclusión del campo. No obstante, no puede afirmarse que no entregar a tiempo un pedido sea una constante en el proceso productivo, es decir, una práctica institucionalizada por los diversos agentes de la cadena de trabajo, ya que allí hay individuos con diferentes niveles de productividad y los más jóvenes son quienes tienden a trabajar más rápido y por tiempos más prolongados.

4.3. Las condiciones del trabajo: las condiciones que se viven en la informalidad

En el presente estudio de caso, la unidad central de trabajo más que producir ella misma su propia mercancía, lo que

hace es organizar y lograr coordinar una serie de servicios necesarios para la realización de sus prendas. Es decir, hace de la subcontratación con otras unidades de trabajo una de sus estrategias principales. A continuación exploraremos las características y condiciones laborales de las personas que se encuentran en el cluster informal organizado por esta empresa que influye en el valor final de la prenda, el cual es a \$20.000 al por mayor.

4.3.1. Los pagos, las remuneraciones, los contratos

Comencemos describiendo cómo son las condiciones de los diferentes trabajos de acuerdo al orden del proceso de fabricación de la prenda. La tela de jean que usan estos microempresarios por lo general no tiene grandes variaciones en calidad y viene en rollos de 80, 100 o 150 m. de longitud, con un ancho de 1,48 m. El precio de estos rollos oscila entre \$800 mil y \$1.000.000 de pesos y sus pagos los realizan mediante abonos cada 8 días en los mercados. Luego, para empezar a trabajar se debe disponer de los trazos del modelo, los cuales los realiza una sola persona con un *capital cultural* “relativamente importante”¹² dada su experiencia en el manejo del programa de diseño. Esta persona acude algunas veces tam-

¹² Aunque esta persona sabe que su trabajo no es indispensable para la red de trabajo, pues entiende que lo puede hacer cualquier proveedor que posea y domine el programa, su capital sí es indispensable para la microempresa objeto de estudio; ya que es la única persona conocida por el *capital social* que maneja este programa, es cumplido con los pedidos, conoce las fluctuaciones del mercado y por eso es comprensible con sus clientes ante los inconvenientes que puedan tener con los pagos.

bién a El Madrugón para cobrar los pedidos de cada modelo cuyo costo es de \$25.000 pesos, mientras que la impresión del modelo hecho por el diseñador está dada por la cantidad de piezas que tenga el jean.

Imagen 10



Diseñador organizando el trazo del modelo de una prenda. Propiedad del autor.

Este diseñador puede tener ingresos mensuales que están entre \$2 millones de pesos y los \$4 millones mensuales. Cabe decir que del cluster organizado para la fabricación de las prendas, su integridad física es la que menos está expuesta a riesgos de accidentes, pues su trabajo está limitado al uso del computador, *capital tecnológico* que le permite elaborar

los diseños y los trazos en horarios flexibles. Por ejemplo, en temporadas de poca demanda por el servicio puede elaborar cinco trazos diarios en una rutina de trabajo que comienza a las 9 de la mañana y termina a las 3 o 4 de la tarde. En temporadas de alta demanda su jornada comienza a las 6 o 7 de la mañana y puede trabajar de continuo hasta el otro día. Horarios de trabajo, ingresos, tipo de trabajo, y sobre todo ser su propio jefe. Esos son los factores que más han influido para mantenerse en su posición.

Habiendo cumplido estas tres etapas (abastecimiento, diseño e impresión), se dispone de lo necesario para que el cortador haga su tarea. Esta persona cobra \$100 pesos por pantalón cortado, aunque no sobra recordar que lo que importa es volumen de prendas. Es importante decir que en el caso de estos microempresarios no hay una magnitud estable en la producción por varias razones: porque el volumen depende de la longitud de los rollos; porque hay modelos cuyo consumo de tela es mayor; y porque el mercado es muy variable.

En estos casos, los ingresos de los empresarios se reducen al igual que el trabajo en las otras unidades de la cadena productiva, sobre todo en la de satélite de confección, pues este agente comercial es uno de los dos clientes que tiene esta subunidad de trabajo. Ello da cuenta de la alta dependencia que tiene la unidad de confección de la unidad central de comercialización y de los peligros que corren en momentos de poco dinamismo en las ventas.

Imagen 11



Cortador extrayendo las piezas del trazo del modelo con la máquina cortadora. Propiedad del autor.

Ahora bien, como el cortador trabaja también para el hermano del empresario, él ha organizado su trabajo cortándoles a ellos dos veces por semana, tiempo que le alcanza para cortar cerca de 700 prendas. Esta persona percibe entonces unos ingresos semanales de \$70 mil por los cortes de ambos hermanos que corresponden a seis cortes semanales.¹³ Este pago es únicamente por su servicio prestado y en caso de accidentes debe hacer uso del carnet de Sisben. Sus pagos se realizan en

¹³ Hay que aclarar que esta persona también tiene otros clientes a los que les realiza el mismo trabajo.

ocasiones en forma de abonos, pues no siempre se cuenta con el dinero completo para cancelar todos sus servicios.

Imagen 12



Operaria confeccionando prenda completa y no por operación. Propiedad del autor.

Con el trazo ya cortado, el siguiente paso es llevar los cortes al satélite de confección en donde el precio por la elaboración completa de la prenda es de \$3.300 pesos; este valor incluye una revisión final del pantalón conocida como “remate”. Este costo, así como el de cada operación, lo fijó el jefe de taller mediante un listado de precios que solicitó a uno de sus anteriores patrones y su aumento no está dado por la inflación ni por el salario mínimo vigente. Más bien el

poder de negociar un aumento en el valor de la confección está relacionado con la demanda que llegue a haber a final de cada año y con el aumento del precio de la prenda en El Madrugón: si el volumen de pantalones es significativo y los comerciantes le suben el precio a su prenda, el jefe de taller también le subirá al valor de la confección por prenda. De todas formas, el valor de los \$3.300 pesos surge de la suma del costo de cada una de las operaciones que se requieren para elaborar la prenda. Por lo demás, hay que decir que este es uno de los espacios en los que los dueños del taller pueden acumular un pequeño *capital económico* para transformarlo en *capital tecnológico* a final de año.

Las tareas concernientes al jefe de satélite son contratar a los operarios, distribuirles el trabajo en el taller así como llevar la contabilidad de lo que ha hecho cada uno de sus trabajadores para luego pagarles. Asimismo, lleva la contabilidad de los cortes que sus clientes le han ido dejando para confeccionar.

En esta etapa el jefe de taller suele pagar a destajo a sus operarios, es decir, paga de acuerdo a las operaciones que hagan por corte, aunque a veces también por prenda confeccionada. No sobra mencionar que cada corte tiene un nombre (Lucy, Mary, etc.) lo cual le permite a operarios, jefe de taller y dueños de la mercancía ordenar la confección en el taller de acuerdo al ingreso y salida de la mercancía. Además, este orden permite que cada uno lleve la contabilidad sobre los pedidos y sobre el total de operaciones realizadas.

Es importante tener presente que la confección de un pantalón de moda como los que comercializan estos mi-

croempresarios tiene aproximadamente 20 operaciones, aunque ello varía de acuerdo al diseño. Como se dijo, esto define en buena parte el cumplimiento en los pedidos, pues en la medida en que el modelo tenga más operaciones, más demorada será su hechura y, por ende, su entrega. La distribución de las operaciones a realizar es aleatoria en los operarios que no son miembros de la familia, mientras que algunos de estos últimos ya tienen asignadas la elaboración de algunas.

Dado el tipo de operaciones que componen el pantalón, clasificaremos los precios de acuerdo a las máquinas utilizadas en este taller. Por ejemplo, están las máquinas especiales y las básicas o sencillas. La distinción es importante hacerla porque el uso de las especiales permite garantizar una mejor calidad de la prenda, mientras que las básicas son las que se emplean en operaciones sencillas.¹⁴ A continuación se presenta una tabla con los valores que se pagan por cada operación.

¹⁴ No sobra decir que una prenda como el jean para mujer puede hacerse con una máquina sencilla como la plana, aunque la calidad de la prenda y los tiempos de fabricación no van a ser los mismos comparados con una prenda confeccionada con las máquinas especiales.

Tabla 1. Precios de operaciones realizadas en el satélite de confección¹⁵

Máquina	Operación	Valor
Cerradora	Empretinar	\$90
	Cerrar cola	\$100
Dos agujas	Encaje partes delanteras	\$110
	Parches (par)	\$130
	Pegado de traseros (par)	\$40
Fileteadora	Cierre entrepierna	\$50
	Cierre laterales	\$70
Presilladora	Fijar pasador (5 unidades)	\$40
	Punto de prenda	\$7 por punto
Máquina plana	Encremallar	\$80
	Botas (par)	\$85
	Puntas de cintura	\$80
	Pinzas en V (4 unidades)	\$120
	Pinzas solas (4 unidades)	\$80
	Remate por pantalón (uso de tijeras)	\$125
	Remate final (uso de tijeras)	\$40
Total aproximado:		\$1.150

Fuente: tabla de valores de cada operación hecha por el autor.

Como cada corte que ingresa al taller está contabilizado, el jefe de taller lo que hace es relacionar todas las operaciones con las y los operarios que las realizan. De esa forma sabe qué y cuánto fue lo que hizo cada operario de determinado

¹⁵ Es importante decir que estás son una buena parte de las operaciones que conlleva la confección de esta prenda, pues de acuerdo al diseño cambiarán el número de operaciones. Igualmente, el valor total es una aproximación al valor neto de la prenda, sin el margen de ganancia que le queda al dueño del taller.

corte. Igualmente, los trabajadores también toman nota de las operaciones que van realizando.

El sistema de pagos acordado entre cliente de El Madrugón y jefe de satélite es mediante abonos cada 8 días. De igual manera, ese mismo día el jefe de taller distribuye los pagos a la mitad de sus operarios y al siguiente sábado les cancela a los faltantes. Esa es la estrategia de pagos que tanto empresarios de la comercialización como del taller han acordado en vista de la cantidad de personas que trabajan en esta unidad de trabajo, del volumen de prendas que hay que confeccionar, de los tiempos de entrega, y de los insumos que requiere la confección. Cabe recordar que el sistema de abonos semanales institucionalizado entre agentes y jefe de taller en ocasiones genera situaciones de fuerte tensión al no ser los montos fijos y completos. Esto así ya que la supervivencia de esta última persona, su familia incluidos hijos, suegros y cuñadas, así como la de los demás operarios dependen en gran medida de los abonos que estos comerciantes hagan.

Desde luego, en esta etapa tanto operarios como jefe de taller no están exentos de la dinámica comercial que se mencionó páginas atrás: vender en altos volúmenes implica confeccionar en grandes cantidades y sólo haciendo altos niveles de operaciones es que los operarios pueden obtener “buenas” quincenas. En otras palabras, el campo de la comercialización determina el campo de la producción y viceversa, el campo de la producción determina también el campo de la comercialización, pues las bajas remuneraciones que perciben los operarios determinan también el valor de la prenda y la permanencia de las unidades productivas.

Sin embargo, aunque hay relativamente “altos” volúmenes en la fabricación de la prenda, no se puede hablar de producción en serie, pues no hay control pleno sobre los tiempos de producción, a pesar de que el valor unitario de la mercancía es bajo. Puede hablarse entonces, en palabras de Benjamin Coriat, de una primera forma de lo que será la “producción en masa” (1985:72).

El rango de las quincenas que perciben los operarios en este satélite está aproximadamente entre los \$200 mil y \$600 mil, pesos siendo este último el de una persona que trabaje 6 días en la semana y durante 13 horas en cada día. Los contratos que se acuerdan en este espacio son verbales y la responsabilidad del jefe de taller es únicamente el pago a cada uno de los operarios de acuerdo a su trabajo registrado, así cuando ocurran accidentes, los operarios deben usar su seguro médico de Sisben, pues es el único requisito que se exige para trabajar en el taller. Al respecto, una de las operarias habló sobre uno de los accidentes que ha tenido estando vinculada a este espacio:

... el más tenaz de todos: llevaba un año trabajando en esto y manejando una presilladora la aguja me traspasó este dedo. La presilla baja con una presión gigantesca (...) la presilla tiene una presión y una fuerza brutal, la presilla cose bajo una fuerza impresionante porque cose material muy grueso y a una velocidad también espantosa, y me cogió este dedo, me enterré la aguja y me traspasó el dedo total, y el riesgo de no estar uno superpendiente de lo que está

haciendo. La concentración es básica porque o te cortas o te coses un dedo, ese el riesgo (...)
(Tomado de la entrevista No. 6).

Este requisito (el seguro del Sisben), se convierte entonces en un factor de selección al permitir el ingreso de hombres y mujeres que están en situación de vulnerabilidad y cuyo valor de reproducción no es caro para el jefe del taller de satélite.

De otra parte, la realización de un trabajo cuyo pago es a destajo y que exige estar sentado, puede parecer un trabajo normal y nada complicado, pero el desgaste físico es pronunciado, según nos contó uno de los operarios del satélite que trabaja aproximadamente 13 horas diarias:

...hombre, esto de la confección uno se cansa de estar sentado. Se cansa uno de la espalda, de estrés por lo que uno todo el día está en... mira, es tanto, yo me acuerdo que decía que “es tan rico un trabajo donde uno pueda estar todo el día sentado”, pero no, yo salgo de mi trabajo y usted no me lo va a creer, yo estoy de 7 de la mañana a 8 de la noche sentado trabajando, y yo salgo de mi trabajo y cojo la buseta y quiero sentarme y uno se pregunta: “pero porqué, si todo el día sentado y quiere seguir sentado?” Es que lo que pasa es que uno está sentado, uno está trabajando y el cuerpo no está en una posición de descanso, mientras que yo llego y me subo al bus y “¡uf, qué alivio!” Como dicen los muchachos de hoy en día “me relajo”, porque es un trabajo muy agotador”.

(Tomado de la entrevista No. 1).

Valga decir que este desgaste o alto cansancio que sienten los operarios es una de las diferencias que Coriat señala entre el trabajador a domicilio y el trabajador de la fábrica. La diferencia es la siguiente:

...la tasa de rendimiento del trabajo y la norma de productividad difieren en mucho para el trabajador a domicilio y para el obrero de la fábrica (...) por eso, si el “trabajador a domicilio” consigue mantenerse activo, adaptándose a las condiciones de productividad impuestas por la fábrica, lo hace prolongando su jornada más allá de todo límite y aceptando como remuneración unos salarios excepcionalmente bajos (Coriat, 1985: 71).

Hablamos entonces en este caso de un trabajo completamente *individualizado* que no requiere de la directriz ni supervisión permanente del jefe de taller y en donde los vínculos laborales, al menos por parte de los operarios no familiares, no están dados por la estabilidad, ni solidaridad ni por protecciones, sino principalmente por el volumen de trabajo que haya para hacer en el día a día. De lo contrario, la relación “operario no familiar-satélite” se puede romper intempestivamente ante una disminución drástica en el número de cortes y de operaciones.

Esto no implica necesariamente que el jefe de taller y los operarios no busquen la estabilidad en la relación laboral. De hecho, se busca y se logra mediante mecanismos de legitimación y reconocimiento personalizados como por ejemplo indagando sobre el estado de salud de la familia de los operarios,

o jugando con los hijos del jefe de taller, o teniendo éste último una atención con sus operarios y sus clientes al brindarles una merienda. Incluso, los empresarios de nuestra unidad central de análisis han tratado de afianzar los lazos de solidaridad con el jefe de taller y los propietarios de las otras subunidades al hacerles llegar presentes de su pueblo de origen. Hay que resaltar este tipo de situaciones, pues su desarrollo ayudan en alguna medida a afianzar y solidificar las fragmentadas y débiles relaciones económicas que rodean la cadena de trabajo informal, y en últimas a prolongar las actividades económicas en la red de trabajo.

Como vemos, la relación de fuerzas del campo económico con el social es compleja y altamente interdependiente. La solidez de los lazos sociales depende ampliamente de la estabilidad del mercado, pero también de la capacidad de crear cercanía durante la gestión empresarial con los diferentes eslabones de la red de producción y comercialización.

Cabe tener también en cuenta que la misma forma en que se paga el trabajo en este satélite permite la flexibilización de la producción y por esto algunos operarios tienen mayor libertad para cumplir con sus responsabilidades que la que hay en un trabajo formal con horarios definidos. Ante esto, una de las operarias familiares del jefe de taller nos contó las facilidades que ha encontrado allí:

...porque en el taller de satélite hay muchas facilidades para estudiar, pero haya las facilidades que haya yo necesito mucho tiempo, aparte que necesito ganar algo de plata para poderme sostener. Entonces necesito también muchí-

simo tiempo porque el estudio de enfermería requiere de muchísimo tiempo (...) salgo de Comcel porque necesito terminar mi carrera, demanda muchísimo tiempo...le dejan a uno muchísimo trabajo y arranco por las mañanas las prácticas, entonces las prácticas son obviamente todo un turno, entonces el tiempo es muy corto para poder trabajar, pero no me puedo quedar tampoco sin trabajar, entonces por eso me vengo para acá a trabajar por ratos porque sé que me voy a ganar algo, no me voy a quedar haciendo nada y me va a ayudar también para terminar mi carrera. (Tomado de la entrevista No. 6).

Este espacio se ha prestado igualmente para que operarios que están en una situación de alta necesidad se inserten y puedan realizar de manera paralela otros roles como el de la crianza:

...en estos talleres y en este trabajo se apoya muchísimo a las mamás que son solteras y son cabeza de hogar. Se ha apoyado muchísimo (...) por esta empresa han pasado muchísimas mujeres solas, con dos o tres hijos, y hubo dos a las cuales se apoyaron muchísimo, se les ayudó muchísimo, se les dejaba que llevaran sus hijitos de brazos, todo el día trabajando. Hubo dos personitas que se les colaboró muchísimo en ese sentido porque no tenían con quién dejar un bebé, porque eran bebecitos, ni siquiera caminaban, y ellas los mantenían en un cochecito todo el día ahí al lado de su máquina (...) (Tomado de la entrevista No. 6).

Este tipo de situaciones hacen más difícil la definición de la economía informal, pues roles como el de madre y trabajador se entremezclan con situaciones de precariedad. Quizás más acertado sea decir que los actuales espacios de trabajo dan cabida para desempeñar roles que deben desarrollarse simultáneamente. Si bien esta situación ilustra el grado de desprotección de una población colombiana, también ilustra el grado de solidaridad que puede encontrarse en los eslabones sociales ante fallas o problemas en la estructura familiar, así como en el acceso a los beneficios sociales establecidos en la ley colombiana cuando se presenta casos de abandono de la pareja.

Vale la pena entonces vincular la informalidad a la creación de soportes o apoyos colectivos que se crean temporalmente y desinteresadamente para individuos con una baja probabilidad de lograr ubicarse en el mercado laboral formal, o recibir una ayuda por parte del Estado. Esta situación también apunta a ilustrar, cuestionar y profundizar las diferentes condiciones de acceso, permanencia y desprotección que vive la mujer dentro del mercado informal colombiano, y más aún, las condiciones de vida y trabajo de las mujeres cabezas de hogar.

De otra parte, es importante resaltar que este taller cuenta con un operario que es de la religión adventista y para quien el trabajo los días sábados no está permitido. Sin embargo, su atraso productivo lo compensa trabajando los días domingo en una jornada de 7:00 a.m. a 8:00 p.m. De aquí entonces que valga la pena resaltar el alto grado de flexibilidad de esta unidad subcontratada para la confección de la prenda.

Situaciones de alta dependencia también se presentan con los operarios familiares y no familiares. Ante situaciones de alta incertidumbre o muchas restricciones en el mercado laboral, de desempleo prolongado, de muy pocas posibilidades de encontrar un trabajo a causa de la edad avanzada, de estar cursando estudios o por principios religiosos por ejemplo, los operarios son consientes de que este espacio les puede servir como “paraguas laboral” para poder sobrellevar momentáneamente sus gastos personales. Es decir, su posición de trabajadores informales está fuertemente definida también por relación con el mundo social, pues es como lo anotaba una de las operarias entrevistadas, no es posible encontrar trabajo formal en donde uno tenga la autonomía y la facilidad para organizar su horario de trabajo o en donde los jefes comprendan que hay principios religiosos que orientan indiscutiblemente aspectos de la vida cotidiana como el trabajo.

Por su parte, el jefe de taller también siente una alta dependencia de ellos en temporadas como diciembre, pues se deben ampliar los horarios de trabajo para cumplir a tiempo con los pedidos. En síntesis, puede hablarse de unas relaciones de solidaridad donde la dependencia y la cooperación entre satélite de confección y cliente son altas y corresponden a momentos de contracción del mercado laboral, o en momentos donde se requiere adaptar los ritmos de la producción a la demanda del mercado. Hablamos también de solidaridades fuertes que aparecen entre los agentes cada vez que se requiere ante la necesidad de lograr algún ingreso pero también de no dejar desfallecer el taller, entendido éste como esfuerzo construido de manera colectiva que debe fortalecerse aún más.

Ahora, el hecho de que el jefe de taller no exija un mínimo de operaciones a los trabajadores no implica que no haya relaciones de dominación. De hecho las hay, pero son económicamente frágiles ya que el aspecto salarial depende en mucha más medida del rendimiento de cada operario que del control del tiempo y de la productividad medida por el jefe. Cada operario realiza una operación de acuerdo a su propia agilidad y calidad en el trabajo. Y aunque las relaciones de dominación pueden ser muy tenues entre los operarios no familiares y el jefe de taller, el grado de dependencia es alto y mutuo.

En cuanto a los operarios, su dependencia del taller es fuerte debido a que es su único trabajo, y por tanto, su única posibilidad de obtener un ingreso para reproducir su fuerza de trabajo. Por parte del jefe de taller, la dependencia respecto a los trabajadores es estrecha debido a que los necesita el mayor tiempo posible para tener listo el mayor número de prendas en las fechas acordadas. No sobra mencionar que la relación jefe de taller-operario y la vinculación de éste último al taller se afianza en que ambos actores comparten un origen social y en un sentido de “igualdad”, lo cual ayuda a que el desempeño en el taller no se vea entorpecido:

...nosotros tenemos contratos verbales porque como somos personas que venimos de abajo, nos conocemos un poco de abajo, y hemos empezado en una forma muy sencilla. Ellos me conocieron y vieron que yo era muy sencillo y apenas estaba empezando con mi microempresa

y yo los conocía a ellos cuando estaban empezando con su forma de trabajo.

(Tomado de la entrevista No. 4).

Cabe decir que Benjamin Coriat en su libro *El taller y el cronómetro* afirmaba que el simple hecho de que haya entrado el cronometro a los talleres y lugares de trabajo era “un instrumento político de dominación sobre el trabajo” (1985: 2), y más todavía sobre el trabajo organizado en gremios. Pero en este espacio el tiempo actúa como un obstáculo que en ciertos períodos hay que vencer, pues se fabrica contra el tiempo y no “ajustado” al tiempo.

Como en este espacio no hay regulaciones contractuales legales y no hay grupos organizados, pues son trabajos fragmentados en donde el ingreso y la salida a estos espacios son relativamente fáciles, desde una óptica institucionalista, no hay necesidad de controlar a operarios que pongan en alto riesgo la producción. Es decir que se cuenta con individuos que no pretenden alterar ni poner en cuestión el orden planteado por el jefe de taller, pues su única *intención* es hacer un número de operaciones tal que su pago les alcance a suplir las responsabilidades concernientes al diario vivir (arriendo, transportes y alimentación familiar). Desde luego, también les interesa rendir tanto como puedan para así permanecer en el puesto, siempre y cuando no haya retrasos en los pagos correspondientes.

Por otra parte, el alto grado de flexibilización laboral que presenta este espacio es clara muestra de que sectores informales de la economía han implementado estrategias que

en parte corresponden al objetivo de reducir costos, característica que según Portes, pertenece a la lógica de la empresa moderna. No obstante, como decían Aljure y Martínez, también da cuenta de la rápida adaptabilidad de una unidad de trabajo como el satélite de confección ante las fluctuaciones que puedan presentarse en el mercado. Por supuesto, el sistema de pago a destajo juega a favor del jefe de taller, pues según Coriat:

Mientras el mercado del producto sea inestable y esté sometido a fluctuaciones importantes y no dominadas, el recurso a una «reserva» de trabajadores «a domicilio» –o a simples artesanos manufactureros– seguirá siendo el medio más eficaz de enfrentarse a las eventualidades... (1985: 72).

No hay que pasar por alto que este lugar se ha convertido en el principal espacio para la socialización primaria de los hijos de los dueños del taller (Berger y Luckmann, 2003). Para ellos, el taller es uno de los sitios para desarrollar actividades relacionadas con el juego, con su colegio, pero también con esos momentos de afecto y formación entre sus padres. Asimismo, hay que tener en cuenta el daño en su salud que puede causar el polvo y los residuos de la tela que quedan en el ambiente del taller-hogar. Vale destacar igualmente el rol que cumple la suegra del jefe de taller en este espacio en relación a la crianza de sus nietos en el ámbito productivo:

B: ... ¿y qué tan importante es tu mamá en esta microempresa? (pregunta realizada a la cuñada del jefe de taller)

M: mucho, porque ella le ayuda en la cocina, le ayuda con los niños, y si mi hermana tuviera que estar en la cocina y con los niños, no nos sacaría trabajo a varios, la producción se retrasa muchísimo, a aparte de todo, a ella le queda tiempo y nos colabora cuando estamos colgadísimos de remates, con producción, o sea más que todo con calidad nos colabora muchísimo. Pero sí, es parte vital.

Imagen 13



Juguetes de los hijos del jefe de taller. Propiedad del autor.

Luego del satélite de confección sigue la etapa del satélite de bordado. En este punto los comerciantes optan por agregar bordados de un precio no superior a los \$1.200 pesos. Ese

valor surge del total de puntadas¹⁶ que lleva cada prenda. El valor de cada puntada es de \$10 centavos y los pagos que corresponden a esta etapa se realizan de forma aleatoria en el espacio de El Madrugón cuando el proveedor se acerca a cobrarles.

Imagen 14



Máquina bordadora de 9 cabezas. Propiedad del autor.

En escenarios de alta demanda por el servicio de este satélite, trabajan tres operarias en turnos de 8 horas. Su con-

¹⁶ Puntada: se refiere a los movimientos (subir y bajar) de la aguja de la bordadora sobre el espacio asignado para el bordado el cual puede ser las tapas del pantalón, la pretina, los delanteros, etc.

trato es verbal e igualmente es un requisito indispensable que cada operaria tenga el seguro médico del Sisben para que en caso de algún accidente sea atendida con su documento y así el patrón descarga sus responsabilidades derivadas de las actividades productivas.

En épocas donde el trabajo es escaso, el número de operarias disminuye a una sola, lo cual genera una alta preocupación no sólo al jefe del satélite de bordado, sino también a otras operarias que quedan desempleadas, pues nunca hay certeza plena sobre qué tanto durará la etapa crítica en el satélite. Ello también explica las débiles solidaridades, la falta de iniciativa de construir relaciones fuertes y la alta flexibilidad que existen en la cadena productiva, sobre todo en situaciones en las que el comercio se contrae, haciendo que los operarios se desvinculen de una actividad productiva y los haga individuos más frágiles en esos tiempos de incertidumbre.

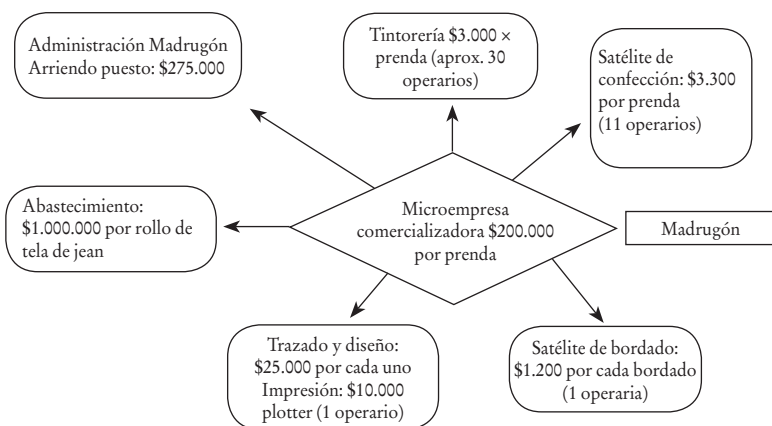
En cuanto al espacio de la tintorería,¹⁷ el costo del servicio por prenda es en la mayoría de las veces de tres mil pesos y cuando se quiere abarcar nuevas tendencias en colores se busca que su valor no aumente. En el momento de retirar la mercancía de esta subunidad, los clientes abonan lo que puedan, siempre y cuando haya más mercancía de ellos en

¹⁷ La tintorería a la que acuden estos microempresarios fue uno de los espacios a los que no se pudo tener acceso. No obstante, se accedió a otra tintorería en donde hay una serie de trabajos y máquinas cuyo uso son reiterativos y frecuentes en la mayoría de las tintorerías. Desde luego, hay factores que cambian como el combustible que se usa para calentar las máquinas que distribuyen el calor y el vapor a lo largo de las calderas, lavadoras, secadoras, planchas, etc., pues unas hacen uso de gas natural, otras de leña, y otras usan ambos tipos de combustible.

esta etapa. Esta estrategia sirve como garantía para los administradores de este espacio de que los clientes volverán por sus pedidos para pagar lo que tienen pendiente. Es decir que las relaciones de transacción por este servicio y la intención por mantener ese vínculo hacia el futuro se proyectan y se anclan materialmente en los pedidos que están “en espera” (Weber, 2005: 494), y no tanto en la confianza o reciprocidad que pueda existir en la relación tintorería-empresario de El Madrugón. De manera parecida sucede en el espacio de confección, aunque acá la relación está enriquecida por otros contenidos ya mencionados.

Por último, en la unidad de trabajo que comercializa y organiza todo el andamiaje productivo, los pagos no son distribuidos de manera equitativa entre el esposo y la esposa. Incluso, no es posible hablar de remuneraciones, pues el dinero recibido en los mercados está dispuesto para los gastos que conlleva la manutención de la familia, para el pago a proveedores y el arriendo del puesto en El Madrugón. Para ellos sus ganancias sólo son representativas y logradas al final del año debido a que es la época en la que más venden, en la que reciben todos los pagos pendientes de los altos créditos que han otorgado a sus “buenos” clientes, y en la que pueden pagarse rápidamente las deudas a sus proveedores.

Gráfica 7. Organización de la red de trabajo micro empresarial



Tomando como punto de referencia las ventas realizadas por el hermano¹⁸ de este microempresario, quien en la temporada alta del año pasado (octubre, noviembre y diciembre de 2008) vendió cerca de 7 mil pantalones, estamos hablando de una unidad de trabajo que en los 3 meses de mayor dinamismo en el mercado de El Madrugón vendió \$140 millones de pesos. Esto nos da a entender que si el costo neto de la prenda es de \$17.000 pesos y su utilidad por pantalón es de tres mil pesos, esta persona obtuvo utilidades por cerca de \$17.500.000 de pesos a finales de año, cifra que alimenta su *illusio* para seguir vinculado a estas lógicas comerciales en vista de su lugar de origen y lo precario de su trayectoria laboral. Además, el no tener registrados libros de contabilidad

¹⁸ El hermano de este microempresario está ubicado aproximadamente a 5 puestos y en un lugar no tan concurrido como el de su hermano. Este elemento, el espacial, hace pensar entonces que las ventas de nuestra unidad central de trabajo son más altas que las de su allegado.

o no mantener sus cuentas bajo un marco tributario regulado afianza aún más su motivación por permanecer en este espacio informal. Es decir, el elemento de la no regulación del sector informal colabora con la estructuración de la *illusio*, pues no conlleva a no reducir las utilidades y a no encarecer la prenda mediante el registro de la venta o con impuestos como el IVA (Impuesto al Valor Agregado).

Suponiendo que estas hubiesen sido las utilidades de la microempresa objeto de esta investigación, hablamos de una utilidad mensual cercana a los \$5.834.000 pesos, cifra que si se dividiera entre los dos microempresarios (esposa y esposo) daría un total de \$2.170.000 pesos mensuales. Es más, se puede decir que éstas son sus “verdaderas ganancias” si se tiene en cuenta que todos los meses del año están respaldando los pagos que deben a proveedores con las ganancias de cada prenda, lo cual hace que las posibilidades de acumulación sean reducidas por no decir nulas. Desde luego, la reproducción de su fuerza de trabajo depende también de sus ventas en el mercado aunque no hay un monto fijo para ello.

Pero las ganancias netas son menores si se tiene en cuenta que deben contratar a otra persona para que les ayude en la etapa de pegar botones y etiquetar la prenda, pues sus jornadas de trabajo en El Madrugón se amplían temporalmente. Igualmente, no hay que pasar por inadvertido aquellos clientes “buenos” que han solicitado crédito para sus pagos durante el año y que no han cumplido, pues esto hace que las utilidades se vean más reducidas aún. Por lo demás, hay que tener presente el pago del arriendo de 4 meses incrementado en un 18%, así como el costo del transporte.

No sobra señalar que esos créditos dados generan amplios huecos o vacíos en la contabilidad del negocio, obstáculos que han tratado de suplirlos con montos de capital económico recibidos a partir de “cadenas” de dinero que realizan con competidores coterráneos de El Madrugón.

Otro punto de referencia que nos puede ayudar a entender la dinámica comercial de esta unidad de trabajo en el centro de Bogotá, es el número de prendas dispuesto en cada mercado. Estas comerciantes acuden aproximadamente con 700 prendas que equivalen a \$14 millones de pesos, cifra que estaría cerca a los \$112 millones de pesos mensuales. No obstante, hay que hacer claridad en torno a este último dato ya que representa únicamente el valor total de la mercancía y no hay que confundirlo como si fueran los ingresos netos que tienen los microempresarios mes tras mes. Esto en vista de los altos créditos que van dando a varios de sus clientes, lo cual es otra muestra de la incertidumbre que caracteriza a este campo informal y que como ya se señaló, afecta en diferente medida a las unidades subcontratadas. Desde luego, épocas como las del mes de diciembre son las que aprovechan para vender mayor volumen de prendas, pero también para ahorrar el mayor capital económico posible. Esto en vista de la construcción del nuevo Centro Internacional de Comercio Mayorista San Victorino y su motivación en vincularse a él, aunque son conscientes de que sería una actividad formal que requeriría permanentemente de su presencia, de una inversión alta y riesgosa dada la competencia de productos provenientes de países como China, Corea, Perú, Panamá, entre otros.

Hablamos de una empresa de jean en la que el proceso de fabricación de la prenda en cada una de las etapas está atravesado por una alta flexibilidad laboral sustentado en una red atomizada de unidades especializadas y con las cuales se subcontrata su servicio. Este sustento social de la red empresarial que se alimenta de personas provenientes de sectores precarios laboral y socialmente, se apoya en un insumo importante para el precio final de la prenda y trascendental para el empleo informal: la baja cualificación y la alta vulnerabilidad de la mano de obra. Es este capital social desde luego el factor fundamental que sustenta todo el almacén productivo, pero es la gestión de los empresarios, su *habitus* y la forma en que cultivan y cuidan los vínculos con cada unidad y agente, lo que da vida y mueve finalmente todos los recursos tecnológicos, culturales, económicos y sociales de todos los individuos inmersos en este campo económico informal.

Por lo demás, los vínculos laborales atravesados por la permanente realización individual de un servicio determinado hacen de los operarios seres frágiles en la vida laboral y social, pues la relación laboral entre jefe y operario no está mediada por un contrato laboral ni por garantías legales, sino que está fuertemente determinada por el rendimiento del operario y por las fluctuaciones del mercado. Es precisamente esta situación de no regulación del trabajo que se sale del campo de la protección y defensa de derechos laborales lo que ha aprovechado cada una de las unidades que integran el *cluster informal* para reproducir el orden social en sus espacios.

Ahora bien, la unidad central de análisis objeto de este estudio no tiene unos márgenes de ganancia cuya posesión defina una relación de poder o una posición dominante en el campo de El Madrugón. Antes que servir como forma de acumulación de la riqueza producida de manera desintegrada y no-regularizada, sus ganancias sirven básicamente para asumir las responsabilidades con los proveedores y para reproducir la mano de obra vinculada a la cadena de producción sin que esto suponga una fuerte articulación a la sociedad como individuos positivos capaces de ejercer activamente sus derechos.

Desde luego, en este campo económico hay actores cuya posición en el orden espacial determina fuertemente relaciones de poder con otros agentes u otras cadenas como las de abastecimiento y distribución, aunque su dominio no llega a ser fuerte en vista de la cantidad de comerciantes. Nos referimos exactamente a aquellos dueños de espacios que arriendan o subarriendan los espacios para mercancías específicas, o a aquellos actores que teniendo diferentes puestos logran distribuir de manera ágil su stock de mercancías. Grupos sociales como familias pueden tener otro grado de poder sobre el comercio al orientar la voluntad del comprador debido a la diversidad de productos ofrecidos y a la posibilidad de recibir descuento o facilidades en el pago de la compra. De hecho, este tipo de situaciones lo que señala es una forma de cómo el poder se empieza a configurar en este campo a través de la disputa de clientes.

Por otra parte, el Sisben hace las veces de *visagra* para el ingreso al campo de la producción, pues da pistas sobre el ori-

gen y sobre la situación económica de quien busca insertarse en este tipo de trabajos. De aquí que podamos referirnos a estos operarios como “individuos negativos”, concepto usado por Robert Castel para designar la situación de indefensión y precariedad en la que se encuentran quienes trabajan para cada una de las etapas de producción, con excepción de la persona de los diseños. Si la propiedad social, materializada en los derechos colectivos logrados a partir de la regulación del trabajo en los Estados modernos, era o es el blindaje legal que tienen las personas que no disponían de otra propiedad distinta que su fuerza de trabajo, la pregunta es ¿qué señalan este tipo de situaciones de informalidad típicas en el mercado laboral colombiano?, ¿acaso el fracaso del modelo pensado para formalizar a la población que desempeña sus actividades en los sectores tradicionalmente informales? Lo otro por preguntar es: cuál es el blindaje o los mecanismos legales de estos individuos para enfrentar la variabilidad en el mercado de trabajo, porqué estos no funcionan y porqué son más eficaces los mecanismos informales ante la necesidad de vincularse a un trabajo. De esto último se desprende entonces la importancia dada al capital social en los sectores de la población con bajas proporciones de acceso a trabajo formal, así como su relevancia como herramienta usada por los individuos para insertarse en algún tipo de actividad económica y configurar escenarios de alta concentración comercial.

Lo que se señala con este caso es que la informalidad, por las mismas trayectorias y situaciones de los individuos, es ese espacio del mercado laboral que recibe a los seres más vulnerables de la sociedad en donde las relaciones presentes

en el libre-mercado se caracterizan principalmente por fuertes iniciativas individuales que permiten vivir a aquellos cuya situación salarial no está protegida o dignamente asegurada, y cuya fuerza de trabajo es su único instrumento para no dejarse morir.

Capítulo V

Ingresando al campo: las primeras estrategias de la microempresa de sudaderas

5.1. Ingresando al campo: las primeras estrategias

5.1.1. Origen de los micro empresarios: su ingreso a El Madrugón

Estos empresarios son dos personas mayores de 45 años. Él es un bogotano que comenzó su trayectoria laboral como mensajero de carga en bicicleta, trabajó en una empresa de lácteos empacando leche, y posteriormente se vinculó al área de la construcción arrancando como ayudante y luego pasó por los cargos de media cuchara y oficial.¹ Posteriormente trabajó como ayudante de carpintería. Su último trabajo, antes de vincularse al campo comercial, fue como vendedor ambulante en el centro de Bogotá, en donde vendía productos de confección.

Por su parte, la esposa trabajó en la realización de estuches en terciopelo para joyería y relojería, y en el recubrimiento

¹ El cargo de media cuchara es ocupado generalmente por personas aprendices que apenas están ingresando al mundo de la construcción, mientras que el cargo de oficial es ocupado por maestros que ya tienen experiencia importante como para levantar paredes, hacer planchas, construir columnas, etc.

de eléctricos de cromado y en la parte de gestión y control de calidad de estos recubrimientos. La única cercanía de ella con el mundo de la confección había sido a través de una máquina de coser familiar, muy distintas a las que utilizan actualmente para la confección de las sudaderas. Hoy ambos recuerdan cómo agentes de policía en Bogotá molestaba y no los dejaba trabajar cuando invadían el espacio público en el sector de San Victorino.

Ante esto tuvieron la oportunidad de trabajar en una bodega llamada Puerto Colombia, la cual sufrió un incendio en el 2006. Frente a esta coyuntura decidieron optar por buscar un puesto en El Madrugón y lograron obtenerlo en una bodega en la que una parte representativa de los comerciantes es indígena.

Frente al interés de recuperar y de proteger el espacio público por parte de las autoridades locales y distritales, por encima del derecho al trabajo, la esperanza principal de esta familia era la de conseguir un espacio que les permitiera desarrollar sus actividades comerciales. Esa era su *esperanza* ante las escasas oportunidades de empleo, su preocupación ante lo ocurrido en la primera bodega y la responsabilidad de mantener a sus tres hijos. Por lo demás, el fuerte peso comercial que empezó a tener el campo de El Madrugón aumentaba su expectativa para ingresar y establecerse allí.

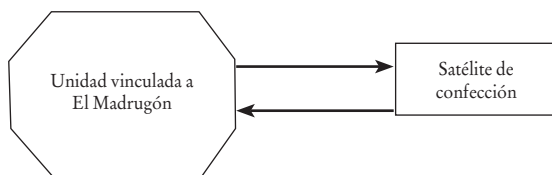
Para su ingreso a la competencia del mercado mayorista, estos microempresarios contaron con un elemento que también fue trascendental para los empresarios del jean: el capital social, materializado en la recomendación de un allegado

ante la administración del lugar para acceder al espacio por un lado, y por otro, para organizar su proceso productivo.

Sin embargo, su comienzo en los ámbitos de la confección y la comercialización fueron al mismo tiempo muy riesgosos y costosos, ya que no disponer de un capital cultural referido a la elaboración de la prenda implicaba asumir costos que para ellos eran elevados. La *estrategia*, sugerida por la *red* social y en vista de sus amplias carencias iniciales, fue construir una pequeña red de trabajo.

El principal riesgo en la etapa de inicio consistía en no recibir pronto el dinero invertido en cada mercado, pues no sabían cómo era el funcionamiento o las dinámicas en este espacio comercial de competencias desleales, de fluctuaciones constantes, de verse rodeado de una población indígena y diferente a la cotidiana. Respecto al nivel comercial, esos costos fueron principalmente el pago del arriendo por el puesto, mientras que a nivel productivo fue necesario subcontratar el servicio de satélite de confección para fabricar sus sudaderas. Esta etapa fue costosa en la medida que no sabían elaborar las prendas ni contaban con el *capital tecnológico* para ello, así que tuvieron que destinar parte de sus ahorros para aquella subunidad de trabajo. Esto necesariamente repercutía en los ingresos netos que recibían al comienzo, pues las pocas utilidades que quedaban de las ventas debían ser empleadas para el pago del arriendo tanto en El Madrugón así como de otro espacio al que más adelante se vincularían. Además, en algunas ocasiones el dinero destinado para la manutención del hogar debió usarse para pagar los diferentes costos que conllevaba comenzar su proyecto microempresarial.

Gráfica 8. Organización inicial de la microempresa que confecciona sudaderas



Estando establecidos en el campo de la comercialización, estos microempresarios tuvieron que reducir el precio de su mercancía en vista de la fuerte competencia que enfrentaban no sólo en la bodega en que trabajan sino también en las otras². Otra estrategia en el ámbito de la comercialización fue conseguir otro espacio comercial en el mercado dominical del barrio 20 de Julio para poder vender sus prendas y así reducir la incertidumbre causada por las pocas ventas en El Madrugón.

En resumen, el acceso de esta unidad de trabajo al campo estuvo motivado por el desalojo del comercio ambulante de las calles del centro de Bogotá. Sin embargo, su ingreso al campo estuvo rodeado de una alta incertidumbre al contar con magnitudes muy pequeñas tanto de capital económico y social como cultural y tecnológico, lo cual implicó asumir riesgos altos para no desertar de la competencia informal.

² Los efectos de la competencia de las otras bodegas ellos los sienten porque sus clientes y los comerciantes vecinos cuentan cuáles son los precios de las mercancías compradas en las otras bodegas. Como se dijo en un apartado anterior, no en todas las bodegas los arriendos de los puestos son los mismos, lo cual puede ayudar a algunas unidades comerciales a retener unas ganancias más elevadas comparadas con las que reciben otras unidades comerciales de El Madrugón.

A nivel productivo su estrategia principal consistió en la subcontratación del proceso de fabricación, pues se recurrió a otras unidades que prestaran este servicio.

A diferencia de la microempresa de pantalones de jean, esta unidad empresarial no desarrolló estrategias tan agresivas a nivel productivo y comercial debido principalmente a la sencillez en la fabricación de su prenda, pero también a que la mercancía era propiamente de ellos y no como en el caso de los microempresarios del jean, quienes comenzaron debiéndolo todo. No sobra mencionar lo fácil que fue para estos empresarios flexibilizar la producción de su mercancía, estrategia que se pudo lograr por el tipo de prenda que venden.

5.2. Hacer sudaderas: un trabajo de la familia

Para estos dos microempresarios ni la organización del trabajo ni la confección de sus prendas ha implicado tareas complejas o difíciles. Al contrario, para ellos ha sido un trabajo sencillo que no requiere mayor inversión en tiempo ni asumir costos tan elevados frente a los que la microempresa de jeans asume a lo largo de su cadena de producción.

Ahora bien, como un buen cúmulo de tareas productivas es realizado actualmente en el mismo hogar, es inevitable ver cómo éstas se mezclan con la vida familiar. Por ejemplo, la esposa se encarga de alistar a los dos hijos menores y llevarlos al colegio, mientras el esposo hace las gestiones correspondientes de abastecerse de la materia prima, de hacer los cortes, de filetear, entre otras tareas productivas que estén a

la espera de ser realizadas. En días de mercado, como ambos esposos acuden a vender, quien colabora con los dos pequeños es la hija mayor o la madre del jefe de hogar. El esposo se encarga en ocasiones de recogerlos y acompañarlos en la realización de las tareas del colegio. De todas formas, es claro que quien realiza buena parte de las labores orientadas a la fabricación de la prenda es el esposo, mientras que la esposa cuida de los hijos menores sin descuidar el trabajo productivo.

En relación con la producción de sus prendas, esta unidad apoya toda su producción en la fuerza de trabajo familiar, mientras que el único contacto que tienen con el exterior a nivel productivo es en el abastecimiento de la materia prima como telas, hilos y botones.

Para el proceso de confección, ellos cuentan no sólo con su mano de obra para realizar buena parte de la confección de la mercancía, sino también con la de su hija mayor y con la de la madre del jefe de hogar, quien es la dueña de la casa donde se encuentra ubicado el pequeño taller de confección.

Las responsabilidades productivas de esta unidad de trabajo están distribuidas de la siguiente manera: el jefe de hogar se encarga del abastecimiento de la materia prima a través de “cortas”³; de hacer el corte según las tallas con moldes en cartón; y de filetear, la mayoría de las veces. Por su parte, su esposa se suele encargar del manejo de otra fileteadora y del

³ El término “cortas” se refiere a una extensión muy reducida de la materia prima. Por lo general, la materia prima viene en rollos, pero cuando las personas van por cantidades de 10, 12, 15, o 20 metros, se dice que estas personas trabajan con cortas.

uso de la máquina plana con la cual pega bolsillos y botones. Su manejo lo alterna con atender una pequeña tienda en el hogar, pues allí se encuentra la máquina plana. Por último, la hija y la madre del jefe de hogar se encargan de rematar el pantalón, lo cual equivale a hacer un breve trabajo de control de calidad y quitar las hebras que sobren del pantalón.

Sin embargo, esta organización interna o doméstica del trabajo no se pudo hacer hasta que ambos esposos incorporaron el *capital cultural* y *tecnológico* necesario para la confección. Esto sólo se logró cuando allegados –comadres, vecinos y amigos– les facilitaron capital tecnológico representado en los moldes de corte de cartón, una máquina semi-industrial para confección, al igual que asesoría sobre la forma de disponer la tela en las máquinas, lo que en últimas se refiere a la incorporación de un nuevo *habitus* y a la instrucción básica de las *prácticas* de su nuevo oficio. Desde luego, esto supuso una serie de dificultades iniciales o resistencias corporales que conllevaban a que se tuviera que descoser el trabajo que había quedado mal realizado. En otras palabras, su aprendizaje productivo estuvo soportado sobre el ensayo y el error, o el aprender haciendo.

Ahora bien, ante ausencias de uno de los esposos en el proceso de confección o ante una esporádica alta demanda en el mercado por la prenda, ellos replantean fácilmente la producción acudiendo a la subcontratación de satélite de confección como principal estrategia para cumplir y poder permanecer en el ámbito de la comercialización. Es decir, flexibilizan la fabricación de la sudadera.

En el aspecto de los diseños, estos agentes no manejan grandes innovaciones ni tienen una fuerte inversión económica ni simbólica (marca) como lo tiene la microempresa de jeans. Ellos saben que cualquier diseño o marquilla que agreguen (bordado, bolsillo, piedras de decoración) son costos que no se van a recuperar en las ventas, pues sus clientes, según ellos, no se fijan mucho en esos detalles y no comprarán la prenda en caso de que el precio aumente. Lo que sí han tratado de hacer ha sido diversificar los estilos de sus prendas a partir de varios tipos de tela ante la no variación de los diseños de la sudadera. Esta estrategia de diversificación en telas es lo que les ha ayudado para estimular la compra de los intermediarios o consumidores finales.

Para este caso no estamos hablando de una prenda de buena calidad, sino como ellos mismos dicen, de una prenda “de combate”, que requiere de una escala muy reducida de operaciones por el mismo diseño. Además, la calidad de la interacción o la cercanía que ellos tienen con sus clientes tampoco nutre su experiencia en la gestión o producción de las prendas. Esta relación tan sólo se limita a la venta, a la negociación de la prenda, y ocasionalmente, a un intercambio de información sobre los productos o compras en otras bodegas. De esta manera, puede afirmarse que una de las razones de la calidad de la prenda, ofrecida por los comerciantes, se deba a esa escasa interacción en el campo comercial, pues pareciese no existir el interés de mejorar la confección ni en recibir información sobre la calidad de sus productos. Es decir, la cercanía de estos agentes con su público se diferencia ampliamente de la relación que los empresarios del jean tienen con sus clientes,

quienes buscan crear lazos comerciales fuertes a partir del intercambio de información sobre diseños, tendencias, calidad, precios, innovaciones, créditos, etc. De aquí se pueda hablar de un *habitus* pasivo, que no busca imponerse sobre los otros competidores, sino más que todo, busca adaptarse al menor costo posible a los vaivenes del mercado mayorista.

Teniendo en cuenta que los empresarios de sudaderas tienen pocos clientes estables, que no se abastecen de altos volúmenes de materia prima, y que en todos los mercados⁴ manejan un surtido cercano a los 2 millones de pesos, esta unidad de trabajo vende también su mercancía en el mercado dominical del barrio 20 de Julio. A nivel comercial, ésta ha sido su única estrategia fuerte para permanecer vinculados al fenómeno de San Victorino, aunque hay que resaltar que cuando la competencia baja los precios de las prendas, ellos también optan por hacer lo mismo, pues saben que no se pueden dejar pasar los clientes y que no se pueden ir “blanqueados”, es decir, sin haber vendido nada. En todo caso, el objetivo de estar en ambos mercados es lograr vender cuanto más puedan y al menos suplir las reducidas ventas que hayan tenido en uno de los mercados.

Ahora bien, como su margen de ventas no es muy amplio y El Madrugón es un espacio altamente competitivo, hay que preguntarse por los mecanismos que disponen para reducir la alta certidumbre propia del campo o al menos por aquellos

⁴ Es pertinente aclarar que el surtido de esta microempresa es el mismo cada mercado, pues las ventas no son tan elevadas para que ameriten realizar fuertes y frecuentes inversiones en materia prima. De hecho, sus ventas son “graneadas”, es decir, su tipo de clientes es el que lleva 4 o 5 unidades en una compra.

que reducen el riesgo de ser excluidos del juego, pues el tener dos sitios para la comercialización no es suficiente. Si bien a ellos también los afectan las fluctuaciones del mercado, éste les va indicando cuántas prendas deben reponer a su surtido. Al mismo tiempo, esto les señala cuánta materia prima deben comprar o abastecerse. En síntesis, el mercado va indicando y determinando la organización productiva familiar y la forma en que los agentes deben disponer su *habitus* para los trabajos que se requieren realizar.

Un aspecto que cabe señalar corresponde al tema contable del negocio. La baja escala en las ventas, la posesión de un escaso capital cultural, y el nulo control tributario inherente al sector informal de la economía, son factores que influyen en la forma de llevar las cuentas. Para este caso, estos datos los lleva el jefe del hogar en su mente, pues no los tiene transcritos en ningún cuaderno o libro de contabilidad. Además, porque no suele subcontratar ningún servicio relacionado con la confección de su prenda. Esta forma tan rudimentaria de llevar la contabilidad del negocio nos indica no sólo el tamaño de esta microempresa, sino también su reducido poder de influencia que tiene en un escenario de tanta competencia como El Madrugón, y quizás el grado de vulnerabilidad que pueden enfrentar en cada mercado.

Otro aspecto importante relacionado con la contabilidad de la microempresa tiene que ver con las fuentes de financiación que la pareja de esposos ha tenido en su trayectoria en este campo como productores y comerciantes. Sus principales recursos han sido sus propios ahorros aunque actualmente tienen un crédito pequeño con la institución Banca Mía. Se-

gún el jefe de hogar, disponer de pocos créditos está relacionado con “espejos” o comerciantes de El Madrugón que han fracasado en su iniciativa empresarial ante las dificultades de cumplir con los pagos de préstamos, especialmente aquellos de “gota a gota”.

Puede resumirse esta actitud como un simple miedo latente relacionado con el riesgo de fracasar que conlleve su salida del campo. Vale recordar que la inestabilidad en las ventas, la competencia desleal, así como la dependencia que tiene el hogar de esta actividad económica, son otros elementos que disuaden a estos agentes de buscar otras fuentes de dinero formales e informales. Lo que importa a final de cuentas para esta unidad es más su permanencia en el campo, sin importar en mayor medida el tipo de altibajos que tengan en sus ventas semanales, pues son conscientes de los sacrificios familiares que deben hacer para adaptarse a las circunstancias del mercado.

Puede verse entonces cómo el trabajo de confección realizado por esta unidad familiar es plenamente artesanal. Es el capital económico materializado en el surtido que ofrecen el que les permite continuar en el campo, así como reproducir la fuerza de trabajo familiar. Igualmente, el capital social sustentado en la fuerza de trabajo familiar no remunerada, es un factor de peso para que el costo de la prenda sea barato, lo cual a fin de cuentas colabora con su permanencia en el mercado popular. Estos elementos son la base del funcionamiento de esta fami-empresa. En cuanto a la *estrategia* de flexibilizar externamente la producción, esta opción la tienen como una

alternativa en casos muy especiales que corresponden más a fluctuaciones en el mercado.

Por último, factores como la poca cantidad de operaciones necesarias para la confección de sus prendas, el reducido tamaño de sus capitales, la participación de la fuerza familiar en el trabajo y las dinámicas a las que se ve sometida esta unidad de trabajo, son aspectos que nos dan cuenta de su fragilidad en un campo como El Madrugón, en donde la competencia por los clientes hacen que se implementen y repitan prácticas desleales vía reducción de precios. Sin embargo, la baja escala de operaciones que conlleva la fabricación de su prenda es un factor que les permite adaptarse más fácilmente a situaciones de poca o alta fluctuación en el mercado, lo cual ayuda a una permanencia más prolongada en el juego.

5.3. El “colchón” social para hacer pantalones de sudadera a diez mil

Desde luego, los costos que debe asumir esta unidad de trabajo son relativamente pocos frente a la microempresa de jean. Para este caso, estos son el pago mensual del arriendo del puesto de El Madrugón; el abastecimiento de la materia prima, los botones y el hilo; el transporte de su mercancía hasta San Victorino; y el pago del carguero en la madrugada. En ocasiones se recurre a bordados o taches para adornar su prenda, mas no siempre que se surte o se produce, se agregan estos elementos, pues son costos que reducen las utilidades.

La etapa más costosa para esta fami-empresa es la de abastecimiento, en donde 5 o 6 metros de tela para sudadera (licra en muchos casos) les puede costar \$30.000 pesos. En esta parte el jefe de hogar trata de abastecerse de materia prima que se caracterice por la calidad de la tela pero sobre todo por la diversidad de los colores con el objetivo de tener un surtido amplio para la clientela de ambos mercados populares.

Imagen 15



Mesa de Corte usada por los microempresarios fabricantes de sudaderas. Su dimensión es de 2 metros de ancho x 3 de largo. Propiedad del autor.

Ya el trabajo de la realización de la prenda es plenamente familiar en donde no se hace pagos, abonos o retribución económica a ninguno de los miembros por el trabajo reali-

zado. El orden establecido en el espacio productivo después de tener la materia prima, es el tendido de la tela y su corte, actividades que están a cargo del jefe del hogar. Luego él y su esposa confeccionan la prenda con la máquina fileteadora y se termina esta etapa en la máquina plana, actividad que es realizada por ambos comerciantes. La última parte se refiere al remate o eliminación de hebras, operación que corresponde a la hija del jefe de taller y a la madre de éste.

No sobra señalar que el trabajo de estas últimas personas es visto por la pareja de esposos más como una *colaboración* o una cooperación gratuita que como una labor por la cual hay que retribuir dinero. Sin embargo, ese aspecto de colaboración reviste aspectos de dominación relacionados directamente con la misma jerarquía familiar.

Esto así porque acá el trabajo realizado corresponde más a una “lógica” de la utilización no remunerada de la fuerza de trabajo familiar como mecanismo para reducir costos, que se apoya en relaciones tradicionales de dominación como la del parentesco y en las posibilidades de obediencia a la autoridad paternal por parte de los miembros del núcleo familiar. Es decir que el trabajo en esta unidad de trabajo está dado por ese vínculo de dominación familiar que siempre encuentra respuesta en términos weberianos (Weber, 2005: 170).

Además, el trabajo productivo está constantemente permeado por roles familiares y por fuertes vínculos de dependencia, que son en gran medida los que permiten articular el trabajo productivo. En otras palabras, en el campo de la producción doméstica, estos dos elementos, roles y dependencia, son los que mueven en últimas los esfuerzos familiares del campo productivo. Sin embargo, el funcionamiento

claro de la producción familiar encuentra una respuesta final y determinante en la figura o símbolo del padre entendido como un agente que no sólo tiene un poder definitivo sobre la estructura familiar (entendido como aquel que toma las decisiones y orienta el presente de la familia), sino también que lucha porque su ámbito privado sobreviva.

Si bien es cierto que en este caso se podría hablar de la categoría de trabajador “a domicilio”, pues todo el trabajo de fabricación de la prenda se hace en el hogar, hay que tener en cuenta que no se tiene un precio determinado para cada operación realizada. Igualmente, como no hay una *racionalización* tan desarrollada del trabajo no se requiere entonces de un trabajo tan intenso y desgastante como el que se requiere en la confección del jean, debido a que no se manejan volúmenes tan elevados de prendas a confeccionar ni ritmos de producción parecidos. Esto hace que la disposición del trabajo familiar no dependa de horarios ya establecidos, ni de un capital cultural o tecnológico tan disciplinado y reiterativo como se evidenció en el primer estudio de caso.

Es decir, en este caso la estrategia de flexibilizar la confección podría parecer circunstancial, pero no es así. La estructura productiva de esta unidad de trabajo maneja unos niveles de adaptación y racionalización, propios de su tamaño, de sus ventas en el mercado y del *capital social* utilizado pues el *habitus* productivo de cada uno de los miembros del hogar que participan en la producción se caracteriza por adaptarse al cumplimiento de una etapa previa. En otras palabras, los miembros participan de acuerdo a su disponibilidad y en la medida en que se ha avanzado en la confección de la prenda,

lo cual da a entender que no hay una institucionalización de los tiempos de producción.

De no ser así, muy probablemente a estos microempresarios les tocaría seguir asumiendo un costo más en su proceso productivo al subcontratar una etapa, lo cual conllevaría a una reducción de sus utilidades netas. En cuanto al factor de las ganancias, estos agentes comerciales no redistribuyen estos excedentes, antes bien, los utilizan para abastecerse de materia prima y para los gastos que conlleva la manutención de los dos hijos menores que aún están en el colegio y de la hija mayor, quien se encuentra realizando estudios de enfermería. En otras palabras, hay una relación mutua y de fuerte dependencia entre el núcleo familiar y la actividad económica de la familia, pues el primero sólo puede mantenerse de acuerdo a los excedentes del segundo, y el segundo ha podido permanecer en el tiempo, gracias por la distribución y organización de recursos en el primero.

Ahora, en períodos donde hay “altos volúmenes” de ventas como la temporada de final de año o en momentos en que uno de los microempresarios no puede estar pendiente del manejo de alguna de las máquinas, ellos acuden a satélite de confección. En estos casos, el pago que deben asumir por la confección completa de la prenda es de mil pesos.

Sin embargo, los picos altos en las ventas no son aprovechados para transformarlos en *capital tecnológico* o en la adquisición de insumos, sino más bien son utilizados como reserva para el sustento de la familia en periodos donde las ventas se reducen. Esos periodos en la mayoría de las veces son los 3 primeros meses del año, debido a que en este tiempo el

mercado se inclina hacia el público escolar, el cual tiene unas prendas que estos comerciantes-productores no manejan.

Imagen 16



Fileteadoras que usan estos microempresarios.
Ubicadas en la sala del hogar. Propiedad del
autor.

El poco despliegue organizacional y operacional hacen pensar en lo frágil y vulnerable que es esta unidad de trabajo y sus miembros, cuya *illusio* de permanecer en el campo de El Madrugón está dada principalmente por su situación de “sobrevivencia” y necesidad. Sin embargo, esa situación de vulnerabilidad en el campo trata de reducirse o controlarse mediante el uso de relaciones y significados basados en la dominación y colaboración paternal, lo cual impide la desarticulación o

fragmentación de esta unidad de trabajo familiar. Además, la relación de dependencia diaria que tienen los miembros de la familia de la gestión empresarial en cada mercado informal es otro elemento que cohesiona y coacciona a los individuos para que colaboren con las actividades productivas.

Aunque son productores y comerciantes directos, donde rara vez acuden a la subcontratación del trabajo o al trabajo en red, su bajo capital cultural, social, y tecnológico, el tipo de mercancía que venden, y el contexto en el que comercializan sus bienes, los hace ser vulnerables ante escenarios de permanente incertidumbre. Ahora, es para sobrellevar estos vaivenes del campo y para no reducir el margen de ganancia por prenda que su estrategia productiva ha estado más encaminada a la flexibilización o división interna del desarrollo del trabajo familiar.

Varias de las perspectivas teóricas sobre la informalidad nos afirman que el ingreso a este sector de la economía es relativamente fácil para los individuos. Sin embargo, el fenómeno de El Madrugón nos dice que en cierta medida no es así debido a las características ya señaladas en páginas anteriores. De una manera opuesta, lo que nos indica este proyecto familiar es que este mercado mayorista puede ser interpretado como un espacio social en el que se busca apurar la salida de los competidores, donde los agentes, en su propia racionalidad y heterogeneidad, luchan y disponen de tal forma sus capitales para no verse excluidos de la disputa comercial.

Por último, es importante resaltar la funcionalidad de la manufacturación de sudaderas, pues es una labor que no es dispendiosa, es decir, que no consume, en gran medida, los

diferentes capitales que poseen los individuos, que de por sí son muy escasos. Antes bien, esta labor económica se ajusta a sus condiciones de vulnerabilidad social, ya que sólo se requiere de una rápida incorporación y exteriorización del *habitus* productivo, lo cual se traduce, al mismo tiempo, en una acumulación cultural básica que les sirve para insertarse en el campo de El Madrugón.

Conclusiones

Este trabajo se dedicó a comprender y relacionar a partir de la teoría bourdiana, las estrategias de producción y de comercialización que dos unidades de trabajo vinculadas al comercio informal y mayorista de El Madrugón han implementado para lograr ingresar y permanecer en un campo en el que hay aproximadamente cinco mil comerciantes de la confección. El estudio también se enfocó en explorar las condiciones de trabajo y la importancia que tienen los lazos afectivos, de solidaridad y de confianza, pero también de vulnerabilidad que están presentes en cada una de las dos microempresas abordadas.

Es importante destacar que el marco teórico relacionado con la literatura sobre informalidad ayudó a comprender no sólo las discusiones sobre la realidad social de varios países, también el acercarnos a la complejidad de este sector en un espacio determinado de la economía bogotana. Esto dada la alta heterogeneidad de la población informal y las distintas lógicas de los individuos insertos en actividades que en algunos casos podrían llamarse mal remuneradas o precarias y en otros, lucrativas. Desde luego, esta parte de la investigación complementó el abordaje sobre un fenómeno informal en donde algunas de las características principales son la sobreexplotación del suelo, la especulación de su valor real y los horarios de funcionamiento.

Lo anterior obedece, sin lugar a dudas, a características propias del sector de San Victorino, como lo es su histórico y tradicional perfil comercial, el cual se ha fortalecido no sólo con la actividad comercial y laboral de los diferentes agentes inmersos en éste y otros espacios, sino también de la acción del mismo Estado sobre este territorio. Buscar mayor control por parte de las autoridades sobre la zona y el espacio público ayudó a que estas actividades comerciales informales se concentraran aún más sobre este territorio de la ciudad y por ende, que los espacios fueran más apetecidos por los comerciantes tanto informales como formales. De hecho, una de las causas parte del auge y rápido fortalecimiento de este mercado fueron los empresarios formales quienes vieron en este espacio como otra oportunidad de negocio paralelo al que siempre habían tenido.

Desde luego, por la fuerza comercial y el reconocimiento popular que El Madrugón tiene entre las clases populares, pero también por las dificultades económicas que se registran en el mercado laboral bogotano, cada vez más personas buscan insertarse (como productores y vendedores directos, compradores mayoristas o simplemente distribuidores) a este espacio mayorista con la *illusio* de lograr un ingreso económico considerable, o el menos, más elevado que el de sus anteriores trabajos. A partir de esto puede entenderse El Madrugón, además un espacio necesariamente de subsistencia, como se suele pensar desde algunas teorías de la informalidad, como un espacio de “altas ventas y altos ingresos” que se ha ido adaptando a las cadenas de distribución.

La segunda parte del marco teórico fue pertinente pues permitió reconstruir la configuración del espacio-campo de El Madrugón, entendido éste como un mercado textil popular de fuertes disputas comerciales por clientes a través de precios bajos y en donde los agentes competidores implementan diversas estrategias a nivel distributivo, productivo y de abastecimiento. Lo anterior según la magnitud de los capitales (económico y social principalmente) que se han estructurado a partir de vínculos familiares o de *paisanaje*.

También se logró conocer en detalle cómo son las luchas comerciales allí latentes, así como las tensiones que se sufren en el campo y en los diferentes eslabones sociales vinculados a las actividades comerciales y productivas. En este apartado se identificaron las diferentes apuestas y motivaciones que construyen El Madrugón. Claro está que esas tensiones y motivaciones están atravesadas, no sólo por procesos de racionalización de las diferentes operaciones o actividades en los espacios de producción o comercialización, sino también en la implementación de *habitus* interiorizados en las diferentes cadenas del trabajo y en las estrategias que los sujetos productivos desarrollan para conseguir los ingresos que necesitan para sobrevivir, de acuerdo a las condiciones de demanda del mercado.

De acuerdo entonces a lo encontrado se puede subrayar lo siguiente.

Por una parte, El Madrugón, fenómeno comercial informal que surgió hacia el 2002, es un espacio económico y social que surge como resultado de las luchas entre vendedores ambulantes y estacionarios, y las autoridades públicas ante

la coyuntura de la recuperación, defensa y la protección del espacio público como bien inalienable. Ese proceso de relegitimación del Estado mediante la monopolización plena del espacio de las Galerías Antonio Nariño y sus alrededores estuvo fuertemente mediado por el capital simbólico tras las autoridades, por el uso de la fuerza por parte de instancias policivas, y por un discurso político novedoso relacionado con la recuperación de un bien público que permitiera restablecer la confianza y calidad de vida de los bogotanos (Penagos, 2008: 35-36).

A pesar de que la intención principal por parte de la gestión del alcalde Enrique Peñalosa era la de establecer el control en espacios como las Galerías y la calle del Cartucho, sitios que tenían unas condiciones y relaciones de poder¹ muy particulares (formas de producción artesanal; cadenas de distribución minorista y mayorista de mercancía importada; actividades comerciales que usufructuaban ilegalmente el espacio público en tiempos establecidos; actividades ilegales como la venta de estupefacientes que se escondían tras lo informal; nula regularización del Estado sobre los posibles usos del territorio, etc.), su política no estuvo construida sobre un diagnóstico completo sobre el conjunto de dinámicas que se presentaban en estas zonas de la capital bogotana. De aquí entonces que para esa propuesta no se haya actuado, concertado, planeado, ni formulados unos objetivos claros

¹ Ver Herrera, Darío. “Comanche: comandante del cartucho”.

sobre el futuro de la zona y su articulación a un territorio históricamente comercial.²

No obstante, cabe dejar como pregunta abierta el rol que ha jugado la fuerza de este mercado informal en la recuperación y percepción de seguridad del centro bogotano. ¿Ayudó El Madrugón a que San Victorino y la zona céntrica de Bogotá tuvieran una nueva dimensión de negocios o, al contrario, acentuó aún más su carácter de economía mayorista y popular? ¿Fortaleció este mercado la actividad empresarial en la zona? ¿Será válido afirmar que El Madrugón fue una etapa previa y planeada de consolidación total por parte de las autoridades locales sobre el desarrollo de esta zona y del comercio en la ciudad?; ¿puede servir como un ejemplo para ilustrar una forma de lograr desarrollo urbano? En otras palabras, la pregunta detrás de este tipo de situaciones urbanas es: ¿qué tanto ha contribuido los sectores o las actividades informales con el desarrollo y la construcción de Bogotá, así como en el diseño de planes, propuestas y políticas de gobierno para enfrentar los problemas de desempleo.

Indudablemente, este fenómeno informal tuvo un impacto considerable sobre el uso de suelo, sobre el valor real del mismo, pero lo que parece ser difícil es calcular o elaborar indicadores sobre la importancia a nivel local y regional que este fenómeno ha tenido sobre el mercado laboral, sobre la generación de ingresos o sobre las dinámicas migratorias desde las regiones a la ciudad capital. Este último factor es

² Ver Carbonell, Carlos. “Mi pueblito vendedor: reordenamiento del espacio e identidades urbanas en el sector de San Victorino”. Documento en línea.

importante mencionarlo ya que también presiona la subida de los precios del suelo en el centro bogotano.

Desde luego, el fenómeno de El Madrugón no se distancia de la paradoja planteada por el autor Alejandro Portes quien afirma que los esfuerzos hechos desde el Estado por controlar o desterrar ciertas actividades mediante la herramienta de una política pública o mediante la fuerza coercitiva lo que hace es generar, reforzar y/o arraigar aún más las condiciones o las situaciones que se desarrollaban en un territorio específico (Portes, 2004: 22). Este ejemplo lo que hace es reivindicar el planteamiento de Portes y mostrar lo contradictorio que puede llegar a ser el Estado en sus propósitos, pero al mismo tiempo muestra el amplio y rápido nivel auto-organizativo y de respuesta que rodea el sector informal, lo cual puede interpretarse como una de sus virtudes.

Incluso esta política de recuperar el espacio confirma la hipótesis de Carlos Córdoba en el sentido de que ésta “obedece más a formalismos y deseos de codificación que a una definición clara de un problema y a unas estrategias de solución (...) [en donde] se ignora generalmente por parte de los formuladores (el Estado) el papel del entorno (el mercado)...” (Córdoba: 2004:127). No obstante, en este caso la implementación de una política de recuperación del espacio en esta zona de la ciudad de Bogotá lo que hizo fue reforzar o concentrar las anteriores condiciones del trabajo pues los actores comerciales se trasladaron a bodegas o parquederos³

³ No es ingenuo afirmar que en la medida en que se fortalecía este campo comercial, en este sector de la ciudad, mediante actividades cotidianas de abas-

y replantearon las condiciones de ingreso y permanencia en este mercado. Si bien el caso ameritaba una solución de fondo, esta debía ser mucho más integral en su diagnóstico y en su respuesta, pues la inseguridad y las ventas informales en el sector son los dos principales problemas que el Estado no ha podido resolver sobre el sector.

De otra parte, no hay que olvidar tampoco que El Ma-drugón se dio como resultado de movimientos estratégicos individuales y colectivos por parte de algunos actores desalojados ante la búsqueda de espacios particulares que les permitiese seguir desarrollando su actividad micro empresarial dentro de unas características ya definidas y sin usurpar el espacio público. En otras palabras, se buscaron nuevas fronteras comerciales en la misma zona sin enfrentar intereses privados con los intereses públicos. Fue entonces cuando propietarios de bienes inmuebles del sector aprovecharon la fuerte demanda por un bien escaso que con el tiempo se volvió más apetecido y restringido por las altas dinámicas comerciales exploradas en este estudio.

Cabe decir también que aunque este campo económico se distingue fuertemente por las transacciones comerciales de carácter informal que se realizan allí, y por el control de varios puestos de venta, puede decirse que el capital económico

tecimiento, distribución, y la alta demanda proveniente de varios sectores y regiones de la población colombiana, se logró darle forma a uno de los proyectos más ambiciosos de integración regional al presentar el nuevo Centro Mayorista Internacional de San Victorino. Es decir, que fue la estructura de este mercado popular la que permitió acentuar el perfil comercial del sector y diferenciarse de fuertes competidores como los centros comerciales o los mercados de grandes superficies.

en manos de los clientes es la principal fuente de las luchas comerciales entre los agentes ante la necesidad de vender pronto la mercancía. Sin embargo, este capital no es el único que configura la estructura del campo. En el presente estudio se señaló que el capital social es un factor fundamental para el ingreso y permanencia de los agentes de ambas microempresas estudiadas, pues permite apurar y configurar las relaciones sociales en instancias productivas y comerciales, para así poder ingresar a disputar el capital económico circulante en este territorio informal.

Hay que anotar que éste es un escenario en el que la *illusio* del mercado mayorista ha hecho que comerciantes formales del sector de San Victorino, indígenas ecuatorianos y sectores de la mediana y pequeña empresa desarrollen diversas estrategias a nivel productivo y comercial para ingresar y permanecer en la *lucha* de la competencia no regulada y desleal, dos características claras en este espacio comercial informal. Para los individuos de los dos estudios de caso expuestos, la motivación de continuar en su posición y su rol, están relacionados en primer lugar con su propio pasado laboral y con las reducidas oportunidades que han tenido en sus vidas. En segundo lugar, su *illusio* de permanecer en el campo se ha construido a partir de los éxitos y fracasos que allegados han tenido en El Madrugón (vecinos, coterráneos, amigos, etc.). Y en tercer lugar, su motivación y su habitus microempresarial están relacionados fuertemente con la posibilidad de tener un ingreso que aparentemente es elevado. No obstante, lo que es elevado no son las utilidades de su negocio, sino las ventas de su mercancía.

A nivel de estrategias productivas y comerciales hay que resaltar lo siguiente: en cuanto al primer estudio de caso, la principal estrategia ha sido apoyar la fabricación de la prenda en su *capital social*, pues redes de amigos, vecinos, paisanos y/o familiares proporcionaron información que conllevó a la construcción de un *cluster informal* basado en la subcontratación de servicios. En el aspecto comercial esta unidad central de trabajo ha desarrollado estrategias fuertes como el posicionamiento de la marca de su prenda (*capital simbólico*) en el mercado y el incremento de la cartera de clientes, características que se suponen son elementos de la empresa moderna pero que han sido implementados, en este caso, por una unidad que en su estructura productiva y comercial es personalizada.

Precisamente, esta serie de prácticas de mercadeo, señaladas por este documento, son acontecimientos que los teóricos de la informalidad poco han abordado en sus estudios, pero que han servido para explorar las formas como los migrantes de sectores rurales con sus respectivas idiosincrasias (apodos, incumplimientos, intereses, valores, etc.) han desarrollado en la actualidad su gestión en los negocios y se articulan a actividades urbanas. También se ilustró cómo en este campo de comercialización informal de alta competencia varios competidores implementan estrategias modernas de *marketing* con la función de distinguirse y de ser reconocidos por los clientes, lo cual es una manifestación del poder logrado sobre este espacio y sobre otros competidores. Que los clientes lleguen directamente implica no sólo fidelidad hacia la marca, sino también hacia la calidad del producto, lo cual

es un factor que diferencia a los competidores unos de otros en términos de agilizar más rápido la venta de las prendas. La marca de la prenda es un instrumento del capital simbólico latente en este espacio comercial que define en primer lugar el fortalecimiento de este capital, y en segundo, la superioridad del agente frente a otros, aunque no de manera permanente.

La personalización de las relaciones entre operarios, proveedores, clientes e intermediarios ha sido importante en la configuración de la red de trabajo de estos microempresarios, pues en este clúster no han sido las tecnologías de la comunicación las que han articulado la red empresarial como suele verse en las empresas modernas (Hernández y Frontodona: 2003). Más bien han sido los encuentros personalizados y el mecanismo de “la recomendación” los que han permitido construir lazos de cooperación y del fortalecimiento de la solidaridad en este andamiaje microempresarial y productivo vinculado a El Madrugón. Son estas redes de allegados las que se estructuraron en el mismo lugar de procedencia de los comerciantes o en el mismo campo económico donde se afianzaron lentamente las relaciones hacia una propuesta productiva y competitiva.

Pero ese afianzamiento en las relaciones con las diferentes instancias productivas informales tiene un sentido: en vista de que las relaciones se desarrollan en terrenos frágiles, no reglamentados, y no reconocidos ni mediados por la ley, los agentes buscan controlar o reducir al máximo la alta incertidumbre que presenta el campo y así controlar o estabilizar posibles repercusiones y tensiones en el ámbito de la producción y de la reproducción de la fuerza de trabajo. Además,

en vista de las dificultades de desarrollar un trabajo estable, los miembros y las unidades subcontratadas deben luchar porque la relación se mantenga en el tiempo, y esto sólo se logra siendo responsable con cada trabajo y cada pago.

Este elemento develado por la investigación mostró entonces cómo en escenarios de informalidad laboral altamente disputados a nivel comercial, el capital social juega un rol fundamental en el acceso a información, en escenarios de apertura o exclusión del mercado ante nuevos competidores, o en situaciones de alta preocupación que surgen en las etapas de producción pues se deben readaptar los *habitus* y las *estrategias* en circunstancias como la reducción en la demanda de la prenda, factor típico de los comienzos de cada año, o el prolongamiento de los horarios de trabajo en las diferentes unidades de trabajo ante situaciones de alta demanda.

Hay que anotar que los trabajos de los teóricos de la informalidad (Cortes, 2006; De Soto, 1990; Hart, 1973; Pok y Lorenzetti, 2007; Portes, 1995; Portes y Haller, 2003; Uribe y Ortiz, 2004) reconocen la heterogeneidad, complejidad y el fuerte componente familiar en un fenómeno tan característico de las sociedades latinoamericanas. No obstante, no han profundizado en los tipos de relaciones comerciales y productivas de los individuos o de grupos sociales que se apoyan en diferentes capitales, los cuales, en este caso, se construyen y “apuestan” en diversa medida en un contexto restringido, competitivo y delimitado a nivel espacial y temporal.

Estos estudios tampoco han profundizado en detalle sobre cómo se afianzan y se sustentan ese tipo de relaciones o con base en cuáles mecanismos o características humanas (solida-

ridad, amenaza, generar ingresos, idea de reciprocidad: “yo te ayudo, tú me ayudas”. Además, no han explorado cómo en contextos con características particulares comerciantes, proveedores de servicios, distribuidores e intermediarios desarrollan varios tipos de estrategias con la intención en primer lugar de diferenciarse de los otros competidores a través de ciertos capitales iniciales, y en segundo lugar para reducir la variabilidad del mercado, factores estos que también fueron develados por el presente estudio. De hecho, lo que se limitan a decir los autores de la informalidad es que el sector informal es un espacio económico competitivo al que se accede con relativa facilidad, pero lo que nos muestra este tipo de fenómenos urbanos como El Madrugón es que su acceso al ámbito de la competencia es muy disputado y fuertemente restringido, mientras su permanencia en él puede resultar costosa.

También encontramos que si bien los individuos están insertos y permanecen en estas dinámicas informales no es sólo porque allí se pueda conseguir dinero más fácilmente. Están allí y permanecen allí porque por un lado ya están envueltos en unas lógicas comerciales bastante complejas y con una alta dependencia de su cadena productiva y comercial. Es decir, que su situación de informalidad está anclada a cada uno de sus eslabones laborales y ello hace difícil su paso hacia la formalidad. Pero de otro lado, El Madrugón se ha convertido en su mundo o centro social que articula sus espacios y relaciones cotidianas como el hogar, los amigos, los vecinos, los familiares, etc.

Otro elemento que se destaca en esta investigación es cómo los agentes compradores son *factores de lucha* para estos comerciantes y cómo estos últimos tratan de convertir, a los primeros, en clientes permanentes de su cartera contable, creando lazos de cercanía o apoyándose en razones de confianza para establecer una relación comercial prolongada y estable. Esto es razonable ya que gracias a ellos las relaciones de producción y comercialización se reproducen y permanecen en el tiempo. Además, estos empresarios se acercan al cliente ofreciendo diversidad en tendencias de moda que no son propias de su gestión innovadora o creativa, sino más bien, son una reproducción o copia de lo que observan en el mismo campo, en revistas y catálogos, o en espacios de moda con la intención no sólo de vender rápido la prenda, sino también para mostrar que en este mercado se ofrecen tendencias actualizadas y con una calidad relativamente buena.

La investigación también señala que no sólo la estrategia de auto-emplearse como forma de generar recursos económicos para sobrevivir, o que los fuertes obstáculos legales establecidos desde el ámbito jurídico-político para formalizar las actividades informales, o que la baja productividad de las actividades sumada a su no regulación, no agotan la explicación de la informalidad, pues se han dejado de lado el contenido de las relaciones económicas y las apuestas de diversos capitales que se presentan en este sector de la economía.⁴ Según lo observado en esta investigación, las di-

⁴ Además, como lo expresa Medina (2005) en su texto *Comercio callejero: sistema racional de distribución minorista* y éste mismo documento, en el centro

versas unidades articuladas a este “libre comercio informal” dependen altamente de los flujos del mercado, así como de un estable funcionamiento de las relaciones de cooperación en el abastecimiento de insumos o productos terminados, la fabricación de las prendas y su comercialización, elementos estos que permiten una estabilidad y una proyección del negocio en el tiempo.

En el segundo estudio de caso abordado, la estrategia productiva se ha apoyado sobre la fuerza de trabajo más cercana que conlleva los menores costos posibles. Este factor ha sido el capital social del reducido núcleo familiar. Acá las relaciones afectivas y productivas, al no ser relaciones mercantilizadas o asalariadas, se sustentan en otro tipo de elementos como el carácter paternal y tradicional presentes en el hogar así como en el sentido de colaboración hacia la principal actividad generadora de ingresos en la familia que permite la supervivencia del núcleo familiar y la formación académica de algunos miembros. No obstante, no hay que desconocer la labor del capital social externo a este núcleo social el cual sirvió para asesorar sobre la forma de organizar la producción textil.

De otra parte, que exista oferta de mercancías a precios muy baratos está relacionado no sólo con la nula participa-

de Bogotá hay mercancías de diversos orígenes (China, Corea, Perú), lo cual hace oscilar los márgenes de ganancia entre la población oferente. Esto desde luego acentúa el interés de algunos comerciantes por permanecer en el campo y por tener redes o canales de distribución cada vez más amplios para la mercancía importada. De aquí también lo estratégico que resulta entonces poseer varios puestos o tener redes sociales dispuestas para servir como rápidos canales de intermediación y distribución.

ción del Estado en la regulación o vigilancia de las transacciones que se desarrollan en este espacio comercial o en el ámbito productivo, sino que los precios bajos también están relacionados con el origen productivo de las mercancías, la fuerte competencia, el bajo valor agregado a la materia prima, lo cual obliga a los microempresarios a ser austeros con los costos de la producción y los gastos del hogar. Pero entonces, ¿a qué estrategias recurren?, ¿cómo lo hacen?

Desde las teorías sobre informalidad se diría que tratando de no aumentar los costos de producción, realizando trabajos no regulados y precarios, y acudiendo siempre al trabajo familiar no remunerado con el cual se evita encarecer la prenda, elementos estos típicos del trabajo informal. Desde la teoría relacional de Pierre Bourdieu se respondería que uno de los principales elementos es el perfil del capital cultural de la población que hace parte de la cadena de producción, el cual está vinculado únicamente a la habilidad del agente productor. En este tipo de trabajos del sector informal no se reconocen títulos o certificaciones que avalen y agreguen un valor económico al trabajo adelantado. Lo único que vale es por un lado la experiencia, la cual se busca acumular rápidamente mediante ensayo y error, y por otro, el rendimiento diario de cada operario.

No se produce por producir, ni se vende por vender. Se llega a producir en altas cantidades porque hay una alta demanda por las prendas. Si se contrae la demanda por la prenda, se reduce igualmente los niveles de fabricación, la contratación de la mano de obra y los tiempos de producción. La producción es altamente sensible a las fluctuaciones del mercado y El

Madrugón pasa a ser entonces una institución reguladora de los procesos y tiempos de producción, así como de la reproducción y supervivencia de los operarios y familiares. Para estos dos estudios de caso, la variabilidad de este mercado es lo que dificulta definir un proyecto microempresarial a futuro sobre la base de la estabilidad y formalización del negocio.

Dado este escenario, lo que se busca es que tanto unidades de producción como mano de obra empleada en estos espacios sean lo suficientemente flexibles ante los intempestivos cambios de las dinámicas del negocio. Este alto grado de dependencia del mercado al igual que su nivel de incertidumbre pone, desde luego, en un alto grado de vulnerabilidad a todos los actores de la cadena productiva, lo cual, según Consuelo Corredor, es un elemento que señala una situación de pobreza (1999: 63).

Si bien el enfoque de este estudio no se abordó directamente sobre cómo intermediarios del sector formal de la economía acuden a El Madrugón para invertir y aumentar sus capitales económicos, sí hay que anotar que este espacio informal es funcional a la supervivencia de la población en la medida que permite la reproducción a bajos costos de la fuerza de trabajo empleada en el sector formal, haciendo eco de la tesis de Portes (2003), El Madrugón es funcional al ámbito formal de la economía al reducir una serie de costos vinculados a la producción y al consumo, pues las transacciones allí no conllevan el cobro de algún impuesto como el IVA (Impuesto al Valor Agregado).

Lo que también resulta evidente en este mercado popular dados los precios bajos de las mercancías, es su funcionalidad

para no aumentar ampliamente los costos de consumo en algunos hogares. Es decir, permite de una forma barata la reproducción o la supervivencia de algunos sectores de la población colombiana. Este fenómeno urbano también es funcional a las diferentes economías regionales del país ya que hay múltiples canales de intermediación comercial creados por microempresarios en los diferentes pueblos que vienen a abastecerse para surtir sus negocios con nuevas tendencias en moda juvenil. Lo que se quiere decir con esto último es que si el campo de El Madrugón sigue en pie se debe también a que ha resultado rentable para agentes intermediarios de pueblos y otras ciudades que se abastecen de prendas con patrones de moda actual para revenderlas en sus lugares de origen. Incluso, la calidad de las prendas allí comercializadas ha hecho que comerciantes de establecimientos formales vean El Madrugón como una opción para abastecerse de las últimas tendencias en moda y desarrollen estrategias como re-marcar la prenda.

Es de anotar también que este espacio informal tan competido se ha estructurado, al menos, en lo que corresponde a las dos unidades de trabajo abordadas a partir de individuos con trayectorias laborales precarias y fragmentadas que han tenido dificultades para acceder a un trabajo formal, estable y de calidad (es decir, empleo bien remunerado de acuerdo a los horarios y las mismas condiciones laborales del trabajo derivadas de la protección social). Es por lo anterior que en este trabajo se resaltaron las diversas estrategias que los individuos desarrollan como respuesta a un contexto laboral donde acceder a un empleo de calidad resulta ser una posi-

bilidad cada vez más remota, y donde las condiciones del mismo se están deteriorando lentamente. Las estrategias de esta población informal pueden leerse como luchas cotidianas realizadas para permanecer en un escenario incierto y desleal de alta competencia, que por sus altos volúmenes de mercancía acapara diversidad de relaciones sociales fuertes (control sobre distribución de mercancías, sobre puestos de ventas, etc.), y cuyo funcionamiento y articulaciones con otros sectores sociales (ilegalidad, por ejemplo) resulta difícil de comprender para las autoridades locales.

De aquí que El Madrugón en Bogotá sea comprendido primero como una respuesta desorganizada e individual de comerciantes desalojados del espacio público, que replicó patrones ya establecidos, pero que fue convirtiéndose poco a poco en uno de los espacios con mayores inversiones y con mayores flujos de dinero en la ciudad. También puede ser comprendido como un espacio de llegada para individuos con trayectorias laborales negativas o precarias en un contexto donde las relaciones laborales formales están cada vez más desprotegidas o frágiles, afectando principalmente al trabajador (véase por ejemplo el trabajo de July Criado titulado *Calidad del empleo en las Cooperativas de Trabajo Asociado: Un análisis desde las dimensiones de la calidad del empleo*, 2009). De aquí que sea tan importante el elemento de la *illusio* en los agentes que buscan vincularse a El Madrugón, pues saben que está básicamente en sus manos tener una buena venta, a pesar de que conocen los costos y riesgos de ingresar y permanecer allí.

Este elemento informal (la frecuente vulnerabilidad individual dentro de las algunas estructuras formales económicas), tan común en las situaciones laborales colombianas, se ha convertido en el refugio de “individuos negativos”⁵ o sujetos débiles que, por desarrollar a diario actividades productivas altamente individualizadas, no tienen plenamente garantizado ni están en capacidad de ejercer el derecho al trabajo decente y a la protección social, y por ende, su subsistencia depende enteramente de su fuerza de trabajo y de lo que en el mercado laboral se quiera pagar por ella.

Lo anterior se debe no sólo a la no articulación de la reducida oferta de empleos formales y la baja preparación de las personas que luchan por esos puestos, sino también porque las mismas condiciones del mercado laboral informal imposibilitan la existencia de mecanismos jurídicos que blinden la relación contractual entre el que contrata y la persona contratada para que protejan a éste último. También se debe a la existencia de *trayectorias laborales inestables o fragmentadas*, donde la acumulación mínima de un capital económico mediante la transformación de un capital cultural rudimentario es difícil, pues los pocos recursos obtenidos se dirigen a la supervivencia diaria.

Igualmente, la alta flexibilidad en las contrataciones y en las relaciones de producción sumadas a las condiciones que se perciben en el ingreso y permanencia en los sectores productivos (individuos carentes de derechos como en el subsidio al desempleo, la salud, e incluso, la pensión) propician

⁵ Ver Castel, Robert. *Las trampas de la exclusión social* (2004).

una situación mayor de vulnerabilidad y desprotección social de esta población informal, así como la reproducción de órdenes sociales precarios y de espacios mayoristas como El Madrugón.

Bibliografía

- Alcaldía Mayor. “Bogotá Sin Fronteras. La Bogotá del tercer milenio/Historia de una Revolución Urbana”. 2008 (vol 2).
- Aljure, M. y Martínez, J. M. *El sistema de satélites en la industria de las confecciones*. Bogotá: Universidad del Rosario, 1989.
- Ariza, A. M. “El comercio informal en el sector de San Victorino: un acercamiento a la dinámica de El Madrugón”. Tesis de pregrado en Ingeniería Industrial. Universidad de los Andes, 2006.
- Berger, P. y Luckmann, T. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2003.
- Bourdieu, P. “Estrategias de Reproducción y Modos de Reproducción”. *Colección Pedagógica Universitaria* 37-38 (2002): pp. 1-21.
- Bourdieu, P. “Introducción: la razón del derecho: entre habitus y campo”. En *Poder, Derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer, 2000.
- Bourdieu, P. “La estructura del campo económico”. Barcelona: Anagrama, 2003.
- Carbonell Higuera, C. M. “Mi pueblito vendedor: reordenamiento del espacio e identidades urbanas en el sector de San Victorino”. Recuperado el 5 de enero de 2011

- desde [<http://www.javeriana.edu.co/arquididis/injaviu/coloquio/>].
- Casalet, M. “Redes empresariales y la construcción del entorno: nuevas instituciones e identidades”. En *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. Coordinador Enrique de la Garza Toledo. México: Fondo de Cultura Económico, pp.312-341, 2003.
- Castel, R. “Las trampas de la exclusión social. Trabajo y utilidad social”. Buenos Aires: Topia Editorial, 2004.
- Cervantes, J., Gutiérrez E., y Palacios, L. “El concepto de economía informal y su aplicación en México: factibilidad, inconvenientes y propuestas”. En *Revista de Estudios Demográficos y Urbanos*. Vol. 23, # 1, pp. 21-54, 2008
- Coriat, B. “El taller y el cronómetro”. México D.F.: Siglo Veintiuno Editores, 1985.
- Corredor, C. Pobreza y desigualdad. Bogotá: CINEP, 1999.
- Cortés, F. “Consideraciones sobre la Marginación, la Marginalidad, la Marginalidad Económica y Exclusión Social”, 2006. Recuperado el 5 de enero de 2011 desde [<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11204704>].
- Criado, J. “Calidad del empleo en las cooperativas de trabajo asociado: un análisis desde las dimensiones de la calidad del empleo”. Tesis de pregrado de sociología. Bogotá: Universidad del Rosario, 2009.
- De Oliveira, O., y Salles, V. “Reflexiones teóricas para el estudio de la reproducción de la fuerza de trabajo”. En *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. Coordi-

- nador Enrique de la Garza Toledo. México: Fondo de Cultura Económico, pp. 619-643, 2003.
- De Soto, H. *El otro sendero*. Perú: Instituto Libertad y Democracia, 1990.
- Donovan, M. "Informal Cities and the Contestation of Public Space: The Case of Bogota Street Vendors, 1988-2003". En *Urban Studies*, pp. 29-51, 2008.
- El Tiempo. "Hallaron 3.600 cartuchos en una caseta de San Victorino". Recuperado desde [<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-49418>].
- Flórez, C. E. "Migration and the Urban Informal Sector in Colombia". Documento presentado en la Conferencia on African Migration in Comparative Perspective, Johannesburg, South Africa, 2003.
- Galeano, M. E. *Estrategias de investigación social cualitativa*. Medellín: La Carreta Editores, 2007.
- Hart, K. "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana". En *The Journal of Modern African Studies*, 1973.
- Hernández G., J. y Frontodona F., J. "Microclusters y el sector textil. El caso de Cataluña". En *Boletín Económico* de ICE. No 2678, pp. 27-34, 2003.
- Herrera, J., R, F., Suárez, A. "El Sector Informal en Colombia y demás países de la Comunidad Andina". Investigación realizada por los Institutos de Estadística de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, 2004. Documento Online.
- Herrera, D. *Comanche: Comandante del cartucho*. Bogotá: Fondo Editorial para la Paz, 1995.

- Jaramillo, S. Reflexiones sobre las políticas de recuperación de centro (y del centro histórico) de Bogotá, Documento CEDE 2006-40. Universidad de los Andes. 2006.
- Medina, L. “Comercio callejero: sistema racional de distribución minorista”. En *Universitas Humanística*. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, pp. 41-59, 2005.
- Navia, J. “De la once a la trece: territorio de ‘ratas’ y Cementerio de vivos”. Recuperado desde [http://www.eltiempo.com/blogs/blog_jose_navia/2008/10/de-la-once-a-la-trece-territor.php].
- Ocampo, J. A. “Cincuenta años de la CEPAL”. Recuperado desde [<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/19371/ocampo.htm>].
- Penagos, C. “La representación de los vendedores informales de la ciudad de Bogotá en la prensa, durante las administraciones de Enrique Peñalosa y Luis Eduardo Garzón”. Universidad del Rosario, 2008.
- Pok, C., y Lorenzetti, A. “El abordaje conceptual-metodológico de la informalidad”. *Laboratorio* No: 8, pp. 5-15, 2007.
- Portafolio. “La fuerza laboral de desplazados impacta los salarios informales, según estudio”. Recuperado desde [http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-7848982.html].
- Portal web [<http://www.bves.com.sv>].
- Portal web [<http://www.ccb.gov.co>].
- Portal web [<http://www.dane.gov.co>].

- Portes, A. "En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía regulada". México: FLACSO, 1995.
- Portes, A., y Haller, W. *La economía informal*. Santiago de Chile: CEPAL, 2004.
- Prieto, C. "Trabajo y orden social: de la nada a la sociedad del empleo (y su crisis)". En *Política y Sociedad*. Universidad Complutense de Madrid: Madrid, No 34, pp. 19-32, 2000.
- Rojas, D. y Reverón, A. "Plaza de San Victorino: punto de encuentro y lugar intercambios". Documento encontrado en Biblioteca Luis Ángel Arango, 1998.
- Rothery, B. y Robertson, I. "Outsourcing", *La subcontratación*. México D.F.: Limusa, 2000.
- Salas, C. "El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina". En *Nuevo Tratado Latinoamericano de Estudios del Trabajo*. Compilador Enrique de la Garza Toledo. Barcelona: pp. 180-211, 2006.
- Secretaría de Integración Social. *El Cartucho, del Barrio Santa Inés al Callejón de la muerte*. 2010.
- Uribe, J. y Ortiz, C. "Una propuesta de conceptualización y medición del sector informal". Cali: Universidad del Valle, 2004.
- Wacquant, L. y Bourdieu, P. "Respuestas por una antropología reflexiva". México: Editorial Grijalbo, 1995.
- Weber, M. "Economía y sociedad". México: Fondo de Cultura Económica, 2005.

Glosario

Blanquearse: se refiere a no haber realizado ninguna venta a lo largo de la jornada de trabajo.

Buen machete: expresión que se refiere al buen desempeño obtenido en una actividad. Para este caso se quiere decir que las ventas de la prenda eran en amplias proporciones.

Plante: Palabra que se refiere al monto inicial de dinero requerido para comenzar una actividad empresarial.

Prenda de combate: son aquellas que no son de buena calidad y cuyo tiempo de duración es reducido.

Préstamo ‘gota a gota’: mecanismo financiero informal o no regulado por el Estado en donde el cobro del interés sobre el dinero prestado es mucho más alto que en el sector formal. Además, quien solicita este tipo de préstamos debe pagar diariamente.

Recatear: es la actitud de aquellos clientes que se acercan a los puestos de ventas solicitando que les vendan la prenda o el producto con un descuento considerable.

Vender al piso: expresión usada para expresar la realización de ventas elevadas y continuas durante una jornada de trabajo.

Ventas graneadas: realización de ventas a muy baja escala o en muy pocas unidades de los productos ofrecidos.

Este libro fue compuesto en caracteres
Stempel Garamond 12 puntos, impreso sobre
papel propal de 70 gramos y encuadernado
con método Hot Melt, en el mes de junio de 2011,
en Bogotá, D.C., Colombia