

El Madrugón en Bogotá, un mercado textil popular cuyos lazos de solidaridad reproducen órdenes comerciales y productivos de carácter informal

Monografía de grado para optar por título de  
Professional en Sociología  
Programa de Sociología  
Escuela de Ciencias Humanas  
Directora de monografía: Carmen Marina López Pino

Presentado por Bernardo Alfredo Prieto Ruiz

Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario  
Semestre II, 2009

## 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 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, Liliana, 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 que viven a diario estas personas por no poder tener un trabajo más estable y más digno en donde su labor sea mejor valorada. Ese sentimiento que se genera al no tener empleos que les permita progresar y augurar un futuro menos turbio e incierto 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 no dejarse morir.

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 de haber cursado la carrera de Sociología en una institución como la Universidad del Rosario.

## RESUMEN

El presente documento explora las estrategias y características de dos unidades de trabajo vinculadas a uno de los fenómenos comerciales informales más importantes en Bogotá y que es conocido popularmente como El Madrugón, mercado en el que se venden principalmente artículos de la confección. Se trató de ilustrar en detalle y *relacionalmente* mediante la teoría del sociólogo Pierre Bourdieu, las diversas situaciones a nivel comercial y productivo que estructuran la permanencia en un territorio altamente competitivo y que se caracteriza por sus ventas mayoristas. Asimismo, la investigación trata de entender las lógicas comerciales de un fenómeno urbano cuyo origen está fuertemente configurado por una política pública en relación a la recuperación de un espacio público en el sector de San Victorino (Bogotá), pero también por una estructura de mercado muy particular. El objetivo principal del presente trabajo fue el de comprender cómo este territorio se construye a partir de prácticas informales que en algunos casos tienen elementos ‘Modernos’.

**PALABRAS CLAVE:** trabajo informal, estrategias, incertidumbre, vulnerabilidad, capital social, subcontratación.

## ABSTRACT

The current document explores strategies and characteristics of two units work linked to one of the most important informal phenomenon in Bogotá (Colombia) which is known popularly as El Madrugón, market where merchants sell principally clothes. We tried to illustrate deeply and relationally through Pierre’s Bourdieu theory, the different situations at commercial and productive levels that structures the permanency in a highly competitive space and that characterizes itself by its huges sales. With this investigation we also tried to understand the commercial logics of a urban phenomenon whose origin is strongly configured by a public policy about the recovery of a public space in San Victorino sector (Bogotá), but also for a structure of a particular and informal market. The main objective of this work was to understand how this territory is built by informal strategies which in some cases have ‘Modern’ elements.

**KEY WORDS:** informal work, strategies, uncertainty, vulnerability, social capital, outsourcing.

Correos electrónicos: prieto.bernardo@ur.edu.co; bernardoprietor@hotmail.com.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción	
I. Marco teórico	7
1.1 Definiciones sobre el concepto de ‘informalidad laboral’	8
1.2 La teoría de los Campos, una teoría bourdiana	20
II. Metodología	27
III. Contextualización El Madrugón. Conociendo el Campo, explorando el juego	29
IV. Primer estudio de caso: jeans para mujer, un negocio burbuja	42
4.1 Ingresando al campo: las primeras estrategias de la Microempresa de jeans	42
4.1.1 Origen de los microempresarios: su ingreso al campo	42
4.2 Las estrategias para la permanencia: la organización del trabajo	47
4.2.1 Confeccionar jean: un trabajo realizado por el cluster informal*	47
4.2.2 Flexibilizando la producción	47
4.2.3 La calidad de la prenda y el cumplimiento cuentan en el negocio ‘burbuja’	50
4.3 Las condiciones del Trabajo: las condiciones que se viven en la informalidad	56
4.3.1 Los pagos, las remuneraciones, los contratos	56
V. Segundo estudio de Caso: sudaderas a \$10 mil pesos	71
5.1 Ingresando al campo: las primeras estrategias de la Microempresa de sudaderas	71
5.1.1 Origen de los microempresarios: su ingreso al campo	71
5.2 Hacer sudaderas: un trabajo de la familia	73
5.3 El ‘colchón’ social para hacer pantalones de sudadera a \$10.000	76
Conclusiones	80
Bibliografía	

---

## Introducción

El Madrugón es el mercado mayorista informal más conocido entre los sectores populares de la capital colombiana. Es un espacio al que llegan comerciantes de todos los rincones del país a comprar manufacturas del área de la confección a bajo costo. Su organización espacial y temporal, la amplia diversidad en la oferta, la heterogeneidad de la población comerciante (Familias, empresarios, indígenas, etc.), y la altísima competencia son los elementos más importantes que influyen en el orden del comercio ante la no regulación del Estado, y las fuertes y desleales relaciones de los competidores.

La razón de explorar un fenómeno como este 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, sino más que todo 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. En últimas, la 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, proveedores de diferentes servicios relacionados con la confección y operarios, y cómo estas relaciones y los individuos se adaptan ante la constante fluctuación en las ventas realizadas este mercado informal. 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 y la generación de empleo.

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

La investigación de ambas unidades de trabajo se abordó a partir de la teoría bourdiana con cuyos conceptos (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 que han desarrollado de acuerdo al habitus que han incorporado en los diferentes espacios de trabajo.

El hecho de que este espacio comercial sea informal nos dice 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 tuvo 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 a aproximadamente 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. El segundo se refiere a la metodología que se usó en esta investigación para explorar el campo comercial y el productivo de cada unidad de trabajo.

En el tercero se encuentra una contextualización sobre el origen del fenómeno informal del Madrugón, mientras que en cuarto y quinto 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 competido campo informal mayorista así como la razón que los motivó a iniciarse como empresarios. También se presenta 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 de 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 de las economías latinoamericanas. Además, estos elementos repercuten de diferente forma sobre las estrategias de supervivencia que implementa una reducida parte de la población informal en Colombia.

## Capítulo I. Marco Teórico

### 1.1 Definiciones del concepto ‘informalidad laboral’

Ya van a ser aproximadamente 50 años 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 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.

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 manera informal también. 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.

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. También surge como un espacio adaptado ante la necesidad de quienes habían sido desalojados de la Plazoleta de San Victorino en la administración del ex alcalde Enrique Peñalosa (1998-2001) y en la protección de este lugar en manos de las siguientes administraciones distritales.

Por una parte, el objetivo de este capítulo es presentar algunos de los elementos aportados por los distintos enfoques teóricos hechos 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 definición de informalidad que maneja el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE, institución encargada en Colombia de la medición de este sector de la economía. Esto en vista de que es importante contextualizar y señalar la evolución de la población colombiana que ha estado vinculada a trabajos considerados como 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. El objetivo de este último apartado es ilustrar

varias características de la población vinculada a actividades informales y resaltar la idea de la heterogeneidad del sector informal.

### **Antecedentes del concepto 'Informalidad Laboral'**

Uno de los primeros esbozos conceptuales que se realizaron en América Latina para aprehender la realidad socioeconómica 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)...” (Citado por Alexei 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 realizados, 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 que 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, dando por hecho que había dos espacios, dos poblaciones, dos formas de vida, totalmente independientes la una de la otra. Por lo general, este sector tradicional se decía que estaba ubicado periféricamente a los centros urbanos y modernos (Pok y Lorenzetti, 2007: 5).

### **El enfoque Estructuralista**

Algunos de los autores o instituciones que han hecho sus 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 que realizó en Ghana. Su principal

observación sobre el fenómeno de la informalidad estaba enfocada hacia la continua estrategia de las personas de auto-emplearse para generar recursos que permitieran la supervivencia de los trabajadores y de sus familias. Claro está que 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” escrito en 1973, exponía algunas de las características del sector informal urbano, entre las cuales están la baja cualificación 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 1970, 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 las cuales están: 1. pocos obstáculos al ingreso. 2. Propiedad familiar de las empresas. 3. Reducida escala de operaciones. 3. Métodos de producción que emplean gran densidad de mano de obra y tecnologías obsoletas. 5. Existencia de mercados no regulados y competitivos (Ibíd., 2004: pp. 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. En palabras de Ocampo, la explicación desde la CEPAL al fenómeno de la ‘informalidad’ era ésta:

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.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup> Ver Página web <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/19371/ocampo.htm>

empresas en actividades no organizadas, que usaban procedimientos tecnológicos sencillos y trabajaban en mercados con poco acceso a créditos y cuya planta suele estar entre 5 y 10 trabajadores sin prestaciones sociales; predominio de trabajadores por cuenta propia; relaciones salariales atípicas; y nula participación del Estado en las 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 disponible.

El sector informal de la economía surge entonces a partir entonces 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 este sector 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 esto, 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: p. 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 propia y/o del grupo familiar.

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 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 social y 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: p. 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 Modelo de Desarrollo de Sustitución de Importaciones estaba empezando a implementarse, lo cual hacía que personas del campo, con baja o nula formación académica y técnica, migraran a las ciudades en donde las grandes empresas funcionaban (Portes y Robers, 2005). Sin embargo, ha sido este proceso de modernización de las ciudades el que ha alterado los flujos migratorios, convirtiéndose así la población que llega en un problema de asimilación urbana (Cortes: 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 (cortes, 2006) se quedara rezagado y a que aumentara 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 educación 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 costos<sup>2</sup> son principalmente del ámbito institucional que las empresas deben asumir<sup>3</sup>.

Dentro de la perspectiva Estructuralista, un autor importante en este tema ha sido Alejandro Portes, quien para algunos investigadores es el principal exponente de esta teoría. Sin embargo, dentro de sus planteamientos retoma algunos elementos de la teoría institucionalista para polemizar sobre el papel de uno de los principales actores: el Estado. Es importante aclarar esto para entender porqué es difícil tener una definición clara de informalidad. De ahí entonces la dificultad de encasillar por sus planteamientos a autores como Portes, entre otros.

Entre los planteamientos hechos por Portes desde el enfoque estructural, citamos este que hace la autora María Paula de Büren:

“El estructuralismo, a través de Portes y Schaffler, reafirma esto cuando dice que <...el sector informal es definido como actividades económicas no reguladas, relacionadas con el sector moderno pero subordinadas a él...>(Portes y Schaffler, 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).

El hecho de que los autores afirmen que la informalidad es un sector ‘subordinado’ al formal es porque de alguna forma los dos se relacionan para cumplir alguna función como reducir costos, permitir reproducción de la mano de obra de forma más barata, maximizar utilidades, 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 que pueden estar relacionados con el mundo formal; ello 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

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

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).

Entonces, una primera conclusión que se desprende de este enfoque es que 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 haber 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 sector las que han estimulado modelos productivos sin prever muy bien las consecuencias de ello.

### **El enfoque institucionalista y sus teorías**

Este enfoque explica el sector informal como resultado de las instituciones que se encargan de regular o controlar las actividades relacionadas con el ámbito laboral.

Uno de los principales exponentes de este enfoque es el autor peruano Hernando de Soto, quien está de acuerdo con que la responsabilidad principal de la informalidad está en manos del sistema legal y con 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 su 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 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 1.036.6 dólares; de manera que el costo total de acceso a la pequeña industria formal para una persona natural es de 1.231 dólares, equivalente a 32 veces el sueldo mínimo vital" (De Soto, 1990: 174).

Aunque no hay que olvidar que en los Estados de Derecho, hay una normatividad que se ha creado para reglamentar la formalización 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 trabas 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 bancario y por ende en que sus posibilidades de acceder a créditos sean escasas.

Sin embargo, hay otros elementos que estructuran los planteamientos de este enfoque. Por ejemplo, ante la posibilidad de decidir si formalizar o no su situación, los individuos sopesan entre el costo que deben asumir por acceder y permanecer en la ‘Formalidad’ VS 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 individuos al sopesar lo que les costaría formalizar su situación frente a si permanecen en donde 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 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 empresariado popular que está inmerso dentro de una economía no reconocida que tiene un peso importante pues mueve amplias sumas de dinero según los estimativos del investigador peruano. Para tener una idea más general 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.).

Incluso Portes y Haller interpretan 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., p. 24.). Debido a esto, De Soto llama de manera abstracta a estos entes como ‘Estados Mercantilistas’.

Ante este 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.

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: 22). 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” (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.

Pero 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 (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, 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*<sup>4</sup>) y el problema que señalan 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?” (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. P. 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 el 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).

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 los eslabones sociales para funcionar (2004: 16). Lo que hay que ver entonces es qué tanto la competencia desregularizada (Grandes contra pequeños) en la que no hay control formal contribuye a una distribución equilibrada del ingreso y a las oportunidades laborales, educativas y crediticias.

Tomando en cuenta entonces las anteriores atribuciones hechas al sector informal podemos afirmar que éste se caracteriza por no presentar 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; alta participación de población con mano de obra poco calificada; condiciones de trabajo precarias o atípicas; poca o nula regulación del Estado; altos índices de autoempleabilidad o trabajo por cuenta

---

<sup>4</sup> Traducido al español es ‘Integrado’.

propia; y alta participación de empresas familiares. Hay que resaltar entonces la compleja heterogeneidad que caracteriza a este sector de la economía.

### **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. Al interior del 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 periodos de tiempo y en ciertas áreas del territorio nacional.

Para realizar ello, esta entidad ha retomado la conceptualización sobre ‘informalidad’ planteada por el PREALC. A continuación se transcriben los ítems que usa la OIT para definir o caracterizar el trabajo informal:

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 patronos 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 (de Büren: 13).

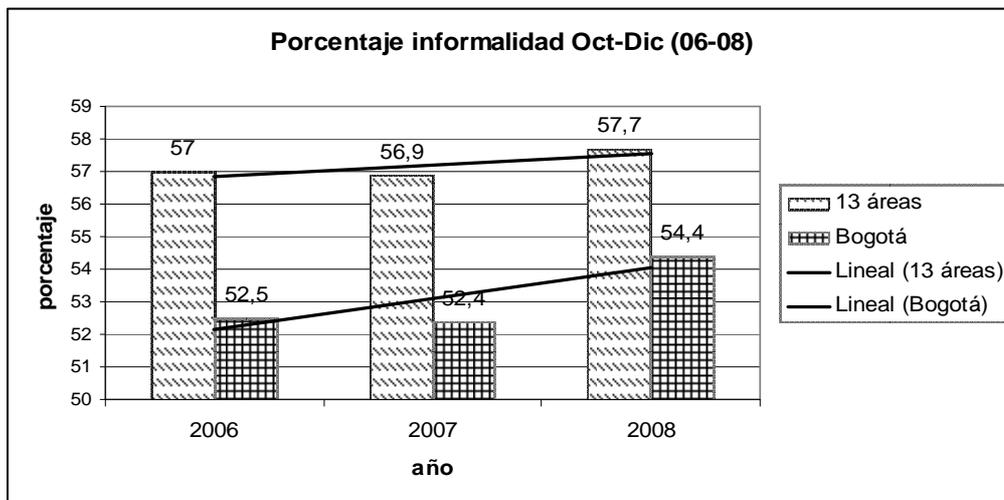
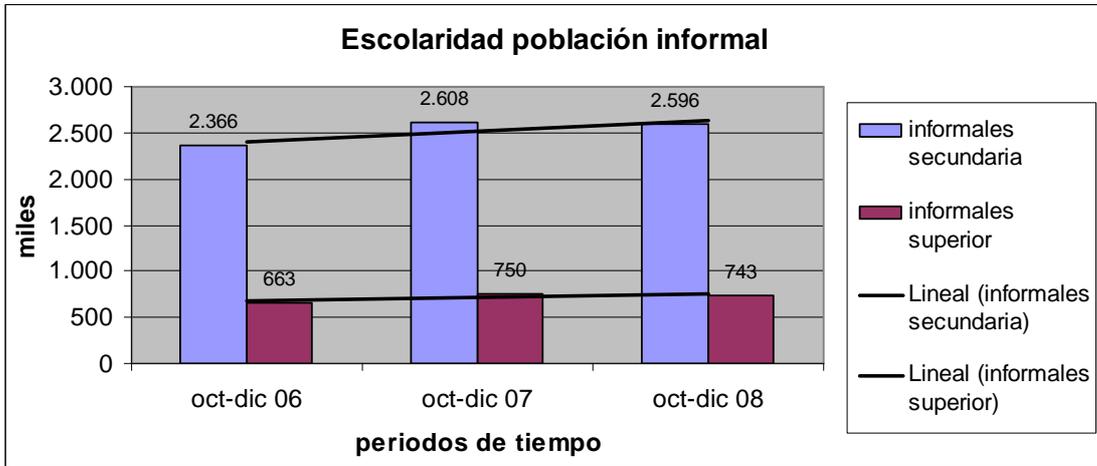


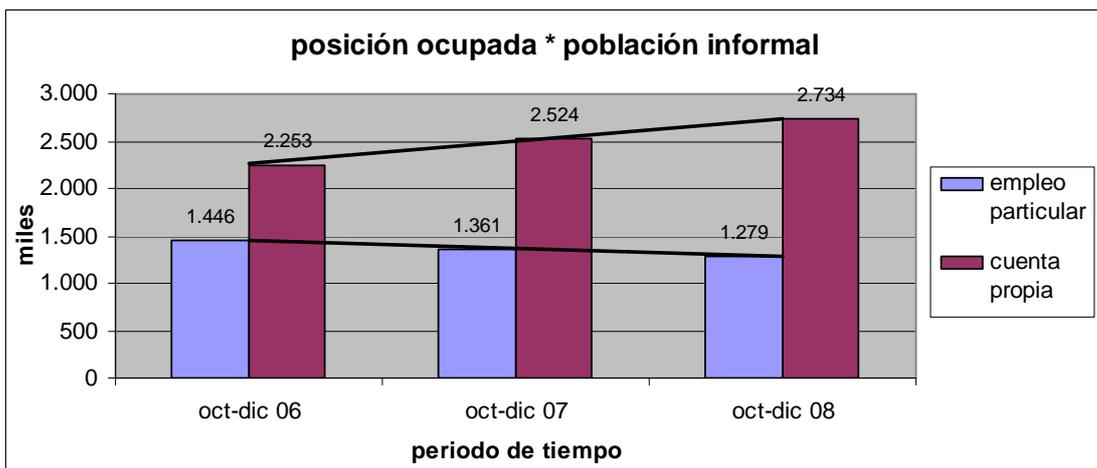
Gráfico 1. Diagrama de barras hecho por el autor de acuerdo a los datos disponibles en el Portal web del DANE.

Colombia no ha sido ajena a las tendencias de varios países en los que un mayor porcentaje de la población se vincula al sector informal de la economía como forma de generar ingresos. Si bien en las 13 áreas en donde se mide la tasa de informalidad ha habido, entre los meses de octubre a diciembre de los últimos 3 años, un leve incremento en el porcentaje de informales, en Bogotá, lugar donde se ubica El Madrugón, la situación se ha no ha variado mucho al haber aumentado en 2 puntos porcentuales más que en el primer año.

Algunas razones que explican ese incremento tiene que ver con que más personas de afuera de Bogotá migran a la ciudad en la búsqueda de nuevas oportunidades laborales. Está también relacionado con el hecho de que otros miembros de las familias (hijos mayores cursando estudios de secundaria o superiores) busquen nuevas fuentes de ingreso en el mercado laboral informal (ver gráfica 2); que más personas desarrollen iniciativas por cuenta propia (ver gráfica 3); e incluso a un número cada vez mayor de personas desplazadas de varias regiones del país que llegan a la ciudad capital.



Gráfica 2. Diagrama de barras hecho por el autor de acuerdo a los datos disponibles en el Portal web del DANE.



Gráfica 3. Diagrama de barras hecho por el autor de acuerdo a los datos disponibles en el Portal web del DANE.

El escenario que está creciendo vertiginosamente está compuesto entonces en mayor medida por personas que han cursado sus estudios secundarios han decidido autoemplearse o por buscar iniciativas propias como una fuente de ingresos rápidos. De allí la importancia de construir una política pública dirigida a la población joven que está terminando sus estudios de Bachillerato para que desde los últimos años escolares tenga un proceso de formación más competitivo en determinadas áreas y en donde se brinde la posibilidad de continuar con ellos de manera continua luego terminar con los estudios de secundaria. Ello

en vista de tener en el mercado laboral jóvenes más preparados y que tengan opciones distintas al autoempleo.

## 1.2 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 podremos ir dando cuenta sobre cómo El Madrugón (la estructura) ha ido estructurando las unidades de trabajo de la confección y a quienes trabajan al interior de estas unidades (las estructuras estructuradas).

Este análisis también 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, cómo estos 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, cómo los favorece, y a la vez cómo estos agentes construyen el campo a partir de sus estrategias, de sus prácticas, de sus habitus. Además, hay que entender que los campos para Bourdieu son unos espacios sociales que se caracterizan por las fuertes disputas que enfrentan a los agentes quienes tienen diferente magnitud de poder, participación e injerencia sobre un campo particular.

En la sociología y antropología contemporáneas, Pierre Bourdieu fue uno de los pensadores que propuso un replanteamiento para entender los 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 aquí 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 entonces qué entiende 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*. “<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) y por ende manifestarla mediante su conducta. Este concepto es importante en la medida que en las relaciones laborales informales es posible encontrar relaciones económicas de dominación basadas en diferentes situaciones de vulnerabilidad, elemento que puede ser aprovechado por las redes de trabajo productivo.

Ahora bien, la estructura de los campos siempre está determinada por las tensiones o fuerzas que existan 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 él, bien sea modificándolo o conservándolo. En palabras de Bourdieu, “Un capital o una especie de capital es el factor eficiente en un campo dado, como arma y como apuesta; permite a su poseedor ejercer un poder, una influencia, [y] por tanto, *existir* en un determinado campo...” (1995: 65). Los 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. Es decir que para poder ingresar a un espacio es imprescindible contar en alguna medida con el capital motivo de disputa por los agentes en alguna proporción.

En este documento, los agentes del 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 el campo del Madrugón sea construido únicamente desde este ámbito: otros como

el capital cultural, tecnológico, político, etc., han tenido que ver también con su conformación.

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).

Como ya se dijo, los capitales 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 movilizable 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 el ámbito de la producción como el de la comercialización de las dos unidades de trabajo objeto de análisis.

Respecto al campo político, dice Bourdieu, que el juego de los actores en este ámbito se define por las apuestas y por el control del monopolio de la legitimación de los bienes políticos propios del Estado (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 disputando o acumulando un capital en particular: la reputación o la posibilidad de ser conocido y reconocido públicamente dada la misma esencia del campo político.

Sin embargo, 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 por ideas que se imponen sobre otras y que por su fuerza movilizan a quienes las

siguen o a quienes las comparten. De lo contrario, las ideas dividen; pero de imponerse éstas se convertirían para Bourdieu en *nomos* universal en el campo. 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.

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 aumentar 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.

Lo que interesó entonces en este documento al retomar la teoría bourdiana es examinar cómo esos agentes en situación de subordinación o en una posición de inferioridad respecto a otros desarrollan estrategias mediante el uso que hacen de sus capitales. En otras palabras, se buscó indagar qué tipo de capitales poseen los agentes de las dos unidades trabajo y cómo los dispusieron para poder insertarse en este espacio informal. Lo anterior vinculado a las estrategias implementadas para permanecer en un espacio en donde el trabajo no está regularizado, no es altamente productivo, pero en el que hay una fuerte competencia como en el caso del 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. Lo anterior implica entonces que en los campos no siempre se ‘juega’ por el mismo capital ni con el mismo capital en la misma proporción: en cada campo hay una serie de capitales en donde hay uno que es más importante que otros el cual es 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 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 tengan que enfrentar. De aquí que se pueda decir que entrar a jugar con un capital es asumir también el riesgo de que éste se pueda ver disminuido parcial o 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 éstos se crean los cuales pueden ser la familia, la escuela, entre otros espacios e instituciones en los que 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 comercio de la confección o cuáles son esos *habitus* que El Madrugón incorpora tanto a las empresas familiares como a sus miembros, y cómo esos *habitus* ‘se activan’ en los diferentes espacios sociales (Madrugón, Hogar, Taller, Hogar-Taller) y a los distintos agentes (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* existe cuando el mundo externo ha sido incorporado al cuerpo del agente y al mismo tiempo exteriorizado 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 que se expresa en él mediante el cuerpo de los agentes). En términos de Bourdieu, es la ‘subjetividad 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 estructurantes 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 lo que hace y en lo que espera obtener por hacer parte de ese campo. Es decir que siempre tiene que existir expectativa o ilusión en la medida que no hay acto desinteresado de un agente en la lucha por el 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 porqué apostar o no en determinado juego*. Lo que hay que ver entonces es cómo esas diferentes *Illusio*, si es que las hay (Jefe de familia, jefe de taller operarios, familiares operarios, etc.), se imponen o se relacionan unas con otras para que el campo y los microcosmos sociales puedan reproducirse y perdurar en el tiempo, y cómo no entran en tensiones que impidan el trabajo en las etapas de producción.

Cabe señalar la metáfora que usa el pensador francés para explicar de una mejor manera sus planteamientos. Esa metáfora consiste en que el *campo* es un juego en el que participan agentes que tienen una expectativa *en ese campo* (tienen una *illusio*). Pero al mismo tiempo disponen de un *capital* en particular que desean arriesgar en el juego para multiplicarlo o para transformarlo, y no para perderlo aunque ése sea el riesgo mayor. Es ese 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 dependen en mucho de la posición que ocupen en él, 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).

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. Este concepto es importante porque en praxis social se relaciona con lo que hacen los agentes para permanecer en el campo 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 la cadena 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 pretendemos señalar es cómo los hábitos, las prácticas y las estrategias de los agentes configuran dicho campo económico; cómo ese espacio de comercialización afecta o transforma la organización productiva de los agentes, cuya ilusión es permanecer en ese campo; y cómo protegen sus capitales en las disputas originadas en la comercialización y cómo han logrado aumentarlos. En pocas palabras, se busca señalar cómo el campo del Madrugón se va construyendo a partir de las apuestas hechas por dos microempresas de confección que organizan sus ventas y la fabricación de sus prendas.

## Capítulo II. Metodología propuesta

La construcción metodológica del presente estudio se llevó a cabo en 3 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, 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.

El segundo 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 el de 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 enviar prendas de vestir hacia mercados internacionales. Este trabajo permitió entender de forma muy general cuál es el estado actual de una muestra de la población comerciante. 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 otro documento ayudó a comprender cuáles fueron algunos de los factores (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 del Madrugón así como para 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, 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. 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 de cada mercado. Se pudo ilustrar también las condiciones de trabajo de quienes laboran en estas microempresas. Y en segundo lugar, se pudo cotejar los supuestos planteados por los teóricos de la informalidad laboral a partir de dos casos empíricos.

Se acudió también 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; [además] comprender una actividad humana requiere que la observemos a lo largo del tiempo, 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.

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. El segundo caso es el de una microempresa 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 que ambos tipos de mercancías implican una forma de organización en la producción distinta, y por ende, unas diferencias muy pronunciadas 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 estuvo en que sirvió para hacer una primera aproximación al mundo interno de las unidades de producción y la flexibilización laboral, para identificar lazos fuertes y débiles de confianza, situaciones de riesgo o de preocupación generalizada, situaciones de negociación y conflictos. Puede decirse que este tipo de observación fue no participante en el sentido de 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 3 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 del 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.

El total de entrevistas realizadas fueron 16. En ellas se conversó 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 del Madrugón. Asimismo, se dialogó con un vendedor de tintos quien ha observado de primera mano la construcción del fenómeno comercial del Madrugón.

Hay que decir que abordar El Madrugón desde el ámbito productivo y no plenamente desde su ámbito comercial 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 la prenda de jean para mujer. Es importante mencionarlo pues estas dos instancias en la producción posiblemente tienen unas relaciones de dependencia muy distintas de las que tienen las 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 Atlas ti 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 del 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 del Madrugón ha sido por cerca de 7 años 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 funciona, 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 del Madrugón utilizando los conceptos del sociólogo Pierre Bourdieu.

#### 3.1 Buscando sus orígenes, relacionando los hechos

Una parte importante de la historia del 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. Estas Galerías 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’<sup>5</sup>, 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 Víctorino: punto de encuentro y lugar de intercambios” (1998), a nivel espacial en las Galerías los comerciantes fueron ubicados como ‘pollos de galpón’, pues la dimensión de cada espacio era aproximadamente de 1 metro 50 centímetros por un 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 en ocasiones 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<sup>6</sup>. El comercio desbordó la capacidad de las autoridades y la

---

<sup>5</sup> Navia, José. “De la once a la trece: territorio de ‘ratas’ y Cementerio de vivos”. Documento online.

<sup>6</sup> 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 este lugar 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 por un lado se cuenta con un espacio muy delimitado y por otro una fuerte competencia comercial y espacial. Ante este escenario

administración local y distrital tuvieron que tomar la decisión de cerrar aquella vía y de militarizar la zona, 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 de la mañana a las 9. ¿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 del 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 esa cuestión. Ese día amaneció esto militarizado y esa gente llegó desde Ubaté, desde todas partes y no los dejaron trabajar (...)” (Tomado de la entrevista # 8.).



Gráfica 4. Imagen tomada del documento de Rojas y Reverón (1998). En el letrero del fondo se lee: “L-2. Tejidos Cucunubá. Punto de fábrica. Ventar 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 e iniciativas como la recuperación del espacio público de las entonces Galerías Antonio Nariño estuvieron sustentadas en la jurisprudencia hecha a través de varias sentencias de los magistrados de la Corte Constitucional. Estos

---

se juega entonces con el horario del mercado como forma de alargar la actividad comercial. También pudo haber influido que el resto de días son usados por los productores locales para producir sus mercancías y por los intermediarios para revenderlas.

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. Esto debía realizarse con mayor razón cuando el espacio público era usufructuado para provecho particular<sup>7</sup>.

Entre las iniciativas que realizó la administración Peñalosa sobre el espacio público 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 como el espacio en el centro de la ciudad. No sobra mencionar que otra de las razones que tuvo en cuenta la Administración para el desalojo y recuperación de la zona era la difícil situación de inseguridad del sector y sobre todo la de las Galerías Antonio Nariño<sup>8</sup>.

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 con el objetivo de tomar en arriendo un reducido espacio para poder continuar con sus actividades comerciales y más aún cuanto se trataba de un sector que se ha caracterizado históricamente por ser la ‘despensa de Colombia’. 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 10 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 viernes a partir del 15 de diciembre todos los días hasta el 31 de diciembre” (Tomado de la entrevista #10).

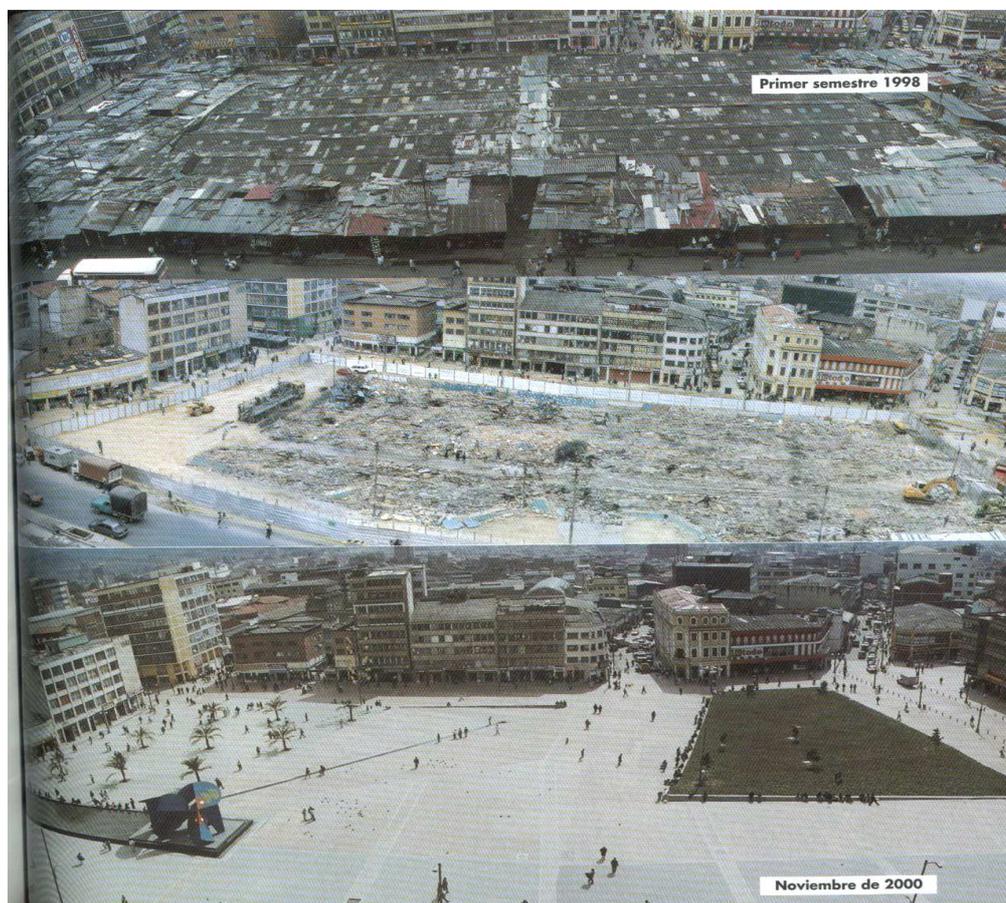
Y mientras este campo del Madrugón tomaba fuerza, los comerciantes desalojados de las Galerías o de las mismas calles no aceptaban las condiciones que la administración de Luis Eduardo Garzón como Alcalde Mayor de Bogotá les había propuesto (2004-2008). Entre esas condiciones estaban la prohibición de 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, 51). “La gente no aguantó más de tres meses. Les

---

<sup>7</sup> Ver Sentencias T-778 de 1998 y T-550 de 1998.

<sup>8</sup> Ver “Hallaron 3.600 cartuchos en una caseta de San Victorino”. Artículo online.

tocó sacar la mercancía porque aquí no se vendía nada, los clientes pasaban derecho para San Victorino” (Ibíd., p. 52.).



Gráfica 5. Imagen 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 frente a su situación actual.

Es así como ante la preocupación e implementación de políticas por parte de las autoridades encargadas de la protección y la defensa del espacio público, y que llevó al desalojo de unos fuertes nichos de mercado informal establecidos en el centro de Bogotá, hicieron que los propietarios de grandes lotes adecuaran sus amplios espacios para canalizar aquel comercio popular. La *illusio* de quienes no tenían un espacio para comercializar sus mercancías estaría dirigida ahora a la posibilidad de tener un puesto de ventas en un lugar privado. Este espacio para uso comercial se convierte así en un factor de lucha para los recién *desposeídos*, pero también en un mecanismo de control en el ingreso a un comercio en el que se ha racionalizado e intensificado el uso comercial del suelo ante la prohibición de las ventas ambulantes.

### 3.2 Los límites del campo y los actores del juego

Son dos veces por semana, miércoles y sábados, de 3:00 a.m. a 11:00 am., que comerciantes llevan sus artículos de confección al 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 mercados más importantes en Bogotá. Allí van personas de todas las regiones buscando ropa a precios bajos para revenderla. Incluso van personas de bajos recursos o de clase media para poder abastecerse de las nuevas tendencias en la moda.

Entre la diversidad de prendas que allí se comercializan están sudaderas, blusas, camisas, sacos, chaquetas, pantalones de jean, medias, ruanas, ropa interior y para bebé, cuyos precios pueden estar entre los \$5000 y \$40.000 pesos. Las ventas al final del mes de algunos comerciantes pueden llegar a sumar \$50 millones de pesos.<sup>9</sup> En otros casos, las ventas por mercado pueden alcanzar los 2 o 3 millones de pesos<sup>10</sup>. Incluso se habla de hasta \$10 millones de pesos mensuales por comerciante (Torres, 2004).

Espacialmente, El Madrugón<sup>11</sup> está ubicado en el sector de San Victorino, en el centro de Bogotá (Colombia), entre las carreras décima y carrera catorce o Avenida Caracas y entre las calles 11 y 9ª, en el que una buena cantidad de comerciantes venden sus productos de manera informal. 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’<sup>12</sup>.

De igual manera, en el centro comercial El Gran San, lugar ubicado sobre la carrera décima con calle 10ª y construido luego del desalojo de los comerciantes de las Galerías

---

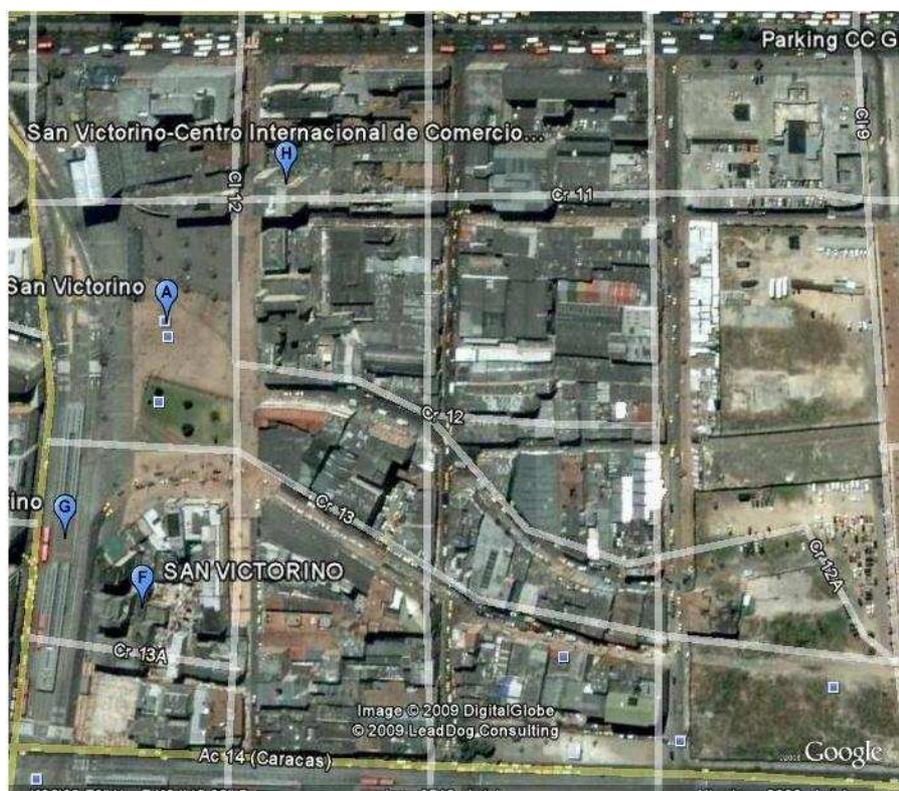
<sup>9</sup> Ver “Los casos de Only, Tía, El madrugón y El Gran San. Un Mercado muy popular”. Nota Publicada en elespectador.com.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Hoy día 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, Inversanv. 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.

<sup>12</sup> 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.

Nariño<sup>13</sup>, funciona este mercado en los mismos horarios. El comercio informal en la zona se ha expandido de tal manera que ya hay otros lugares<sup>14</sup> que se han vinculado a esta dinámica cuyos espacios han sido adaptados para el desarrollo del Madrugón. Esta adaptación ha consistido principalmente en reorganizar para las horas y días de mercado amplios espacios como parqueaderos o corredores de centros comerciales (p.e. Centro Comercial El Gran San). Incluso el desarrollo del comercio formal de la zona también ha modificado sus usuales horarios de funcionamiento en la medida en que estos días también son aprovechados para abrir temprano y ofrecer sus mercancías. Además, hay que señalar que algunos empresarios formales del San Victorino también puestos en El Madrugón, pues lo han visto como una oportunidad de negocio.



Gráfica 6. Imagen tomada de Google Earth (2009). En la imagen se muestra el espacio usado para el desarrollo del Madrugón.

<sup>13</sup> Con las políticas de 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.

<sup>14</sup> 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, pero que lo han ido perdiendo poco a poco en vista de la fuerza de las dinámicas comerciales del Madrugón.

Según Torres (2004, 23), hay cerca de 2000 empresas que están vinculadas al comercio del Madrugón. Sin embargo, si tenemos en cuenta que en la actualidad hay 16 bodegas, y que en promedio hay por cada una 300 puestos, puede decirse que hay aproximadamente 4800 puestos en los que se exponen las mercancías.

En estas bodegas, los espacios de los comerciantes tienen una dimensión de un metro veinte centímetros por un metro (1.20 mt \* 1 mt) y quienes accedan a ellos tienen que pagar aproximadamente un arriendo mensual que oscila entre \$180.000 y los \$285.000 pesos. Hay que agregar que la motivación 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 entonces que los puestos del Madrugón son espacios muy apetecidos por estas características ya mencionadas puesto que no comprometen permanentemente la participación comercial de los microempresarios.



Gráfica 7. (Dimensión del puesto: 1,20 mt \* 1 mt.) La imagen muestra a una vendedora que ofrece chaquetas para hombre). Propiedad del autor.

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, pues 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 Madrugón. Esto ha hecho que se desarrolle también un mercado inmobiliario informal pues

esos espacios comerciales pueden ser transados lo cual ha dado a que exista un juego especulativo sobre el precio real de los puestos. Se sabe por ejemplo que en algunas bodegas hay puestos avaluados entre los \$8 y \$20 millones de pesos.

Ahora bien, en el Campo del 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 el 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<sup>15</sup>.



Gráficas 8 y 9. 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.

Ante la fuerza comercial que ha tenido el campo del Madrugón desde su comienzo y por razones de escasez espacial, los actores que allí juegan son de gran diversidad la cual está definida por el tipo de capitales, la experiencia en la comercialización y la capacidad para integrar procesos de producción y comercialización. (Ver gráfico 1.). De hecho, el ingreso al Madrugón está configurado principalmente por un factor subjetivo dada su estructura de mercado mayorista. Ese factor es la motivación de obtener altos ingresos por cuanto se puede vender en altas cantidades.

<sup>15</sup> No está demás decir que en algunas bodegas o parqueaderos se presta el servicio de vigilancia o de Brigadistas para prevenir accidentes que puedan llegar a presentarse por las altas cantidades de personas que acuden a comprar.

Otro elemento que define fuertemente el ingreso 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 disponga 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 podrá apurar relaciones para acceder a espacio comercial o contactar a proveedores de servicio. Por ejemplo, en algunos casos este capital está materializado en los paisanajes o colonias regionales (p.e. paisas, santandereanos, boyacenses, huilenses, incluso indígenas ecuatorianos) y núcleos familiares que apuran las relaciones con la administración de las bodegas, llegan a brindar márgenes de financiación de la materia prima o de la mercancía, y son fuente de información de los *habitus* y estrategias que rigen el campo comercial y productivo.

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

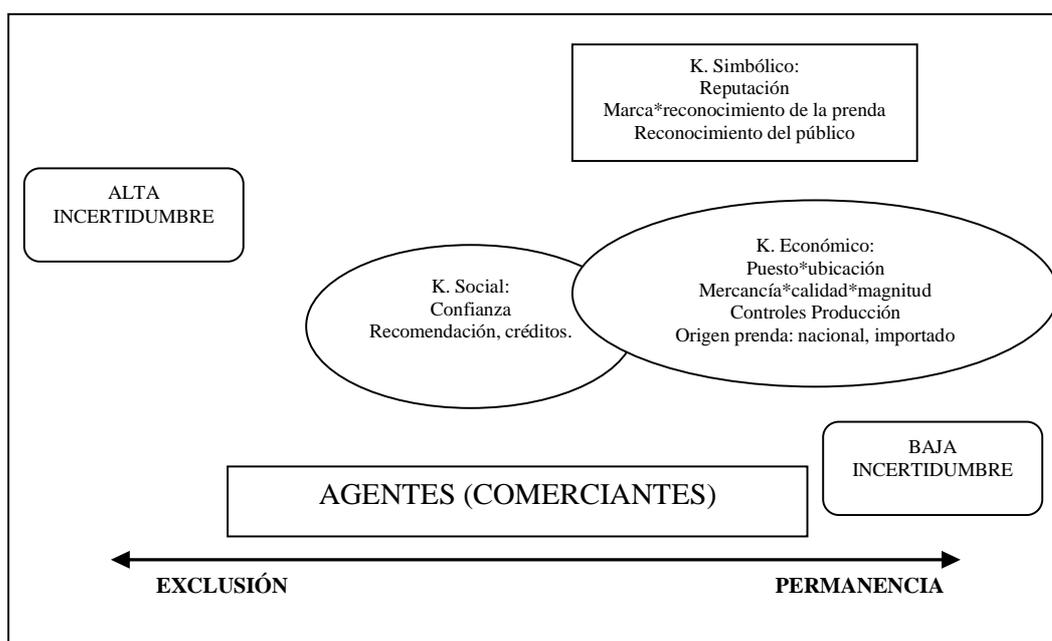


Gráfico 10. Diagrama de exclusión y permanencia en el Campo.

Sin embargo, 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. En el manejo y disposición de estos capitales reside el poder que los

diferentes agentes puedan tener y ejercer en este campo económico. Dicho esto, vale la pena hacer la siguiente cita 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 del Madrugón, de competencia de ventas...” (Tomado de la entrevista #3).

Por ejemplo, empresarios del mismo sector de San Victorino que tienen marcas ‘prestigiosas’ y caras para el público han usado su capital económico como una estrategia para vincularse a este mercado informal y compensar o aumentar sus ventas con la fabricación de otras prendas con diferente marca. Precisamente el proveedor de un servicio nos contó lo que hace un cliente suyo:

“(…) [él] es mediano porque él tiene 4 almacenes, fuera del Madrugón, o sea tiene almacenes, fuera del 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, 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 # 2).

Sin embargo, los lazos de solidaridad y de confianza suelen ser inciertos 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 el cliente. Esto no hace decir que son solidaridades frágiles. Al respecto, vale la pena 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 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 ya 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 # 3).



Gráfica 11. Bodega en la que buena parte de población comerciante es ecuatoriana e indígena cuyas mercancías provienen de su país. Propiedad del Autor.

En síntesis, 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 comerciales está anclado a la fortaleza 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. Al mismo tiempo, la motivación principal de los agentes para vincularse a este espacio es que El Madrugón es un comercio mayorista, en donde poseer un puesto no implica tener obligaciones legales tributarias como el pago del impuesto de industria y comercio.

## 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 con la carrera de Contabilidad acá en Bogotá. Ella había tenido 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 tareas agrícolas.

Mientras tanto, él empezó a vincularse con el mundo textil a través de un coterráneo que comercializa telas de jean. Ya 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.

A la etapa de comercialización fue relativamente fácil acceder 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 organización en confección y el conocimiento de ella adquirido a través de sus estudios superiores y como vendedora en El Madrugón.

Para ambos esposos, el ingreso al campo del Madrugón 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’<sup>16</sup>. 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 de la dinámica del negocio del jean y por ende de las utilidades que recibirían

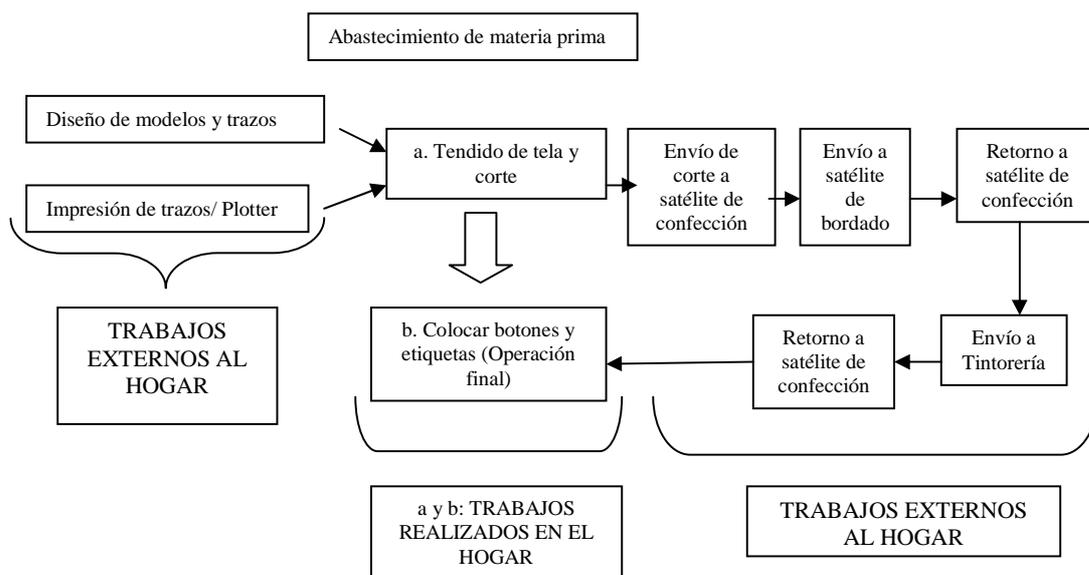
---

<sup>16</sup> Se refiere a que es un negocio rentable o que al menos genera ingresos nada despreciables.

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’<sup>17</sup>, contaban con pocos clientes estables 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 sobretodo 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’



Gráfica 12. Distribución interna y externa de los procesos de fabricación de la prenda de jean.

Desde el comienzo, a nivel productivo este proceso 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

<sup>17</sup> La palabra ‘plante’ se refiere a un capital económico inicial invertido en alguna de las etapas del negocio.

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 quien les podía 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.

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 pasa a enviar los cortes para que los confeccionen y les hagan el proceso de bordado. Después de estas etapas el corte retorna a confección para terminarlo de confeccionar. De allí pasa a tintorería y retorna a confección para colocarle la marquilla. Por último se etiquetan y colocan botones. Sin embargo, en vista de la cantidad de operaciones que conlleva la fabricación de la prenda y de que 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<sup>18</sup> (Rothery y Robertson: 2000, 4).

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 que estos microempresarios no conocían en detalle en qué consistía el proceso de elaboración de la prenda ni cuánto tiempo tomaba el paso de cada corte por la diferentes etapas, se tuvieron tropiezos en la coordinación de la fabricación y en saber con exactitud cuándo podrían tener lista su mercancía. Esto a pesar de que el uso de su teléfono celular les ha permitido saber el estado de la producción por parte de cada uno de los proveedores.

Ahora bien, ante las posibles obstrucciones iniciales al 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

---

<sup>18</sup> \* 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 fábrica principal están basadas en lazos de confianza (Casalet, 2003: 324), Hernández Gascón y Fontrodona (2003: 27) hablan de la figura de ‘microcluster’ 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 microcluster son el servicio de diseño, el satélite de confección y bordado, así como la tintorería.

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. 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*'<sup>19</sup> y que en su caso correspondió a \$8 millones de pesos<sup>20</sup>. 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 éste es de \$275.000 pesos, aunque en temporada deben pagar en el mes de Octubre \$1'300.000 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. Un requisito indispensable fue 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* para hacerse conocer de la clientela mediante el valor de la prenda y el 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:

“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 # 2).

Pero 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 empezó a aumentar la cartera de clientes.

Esto dio pie entonces para que las futuras relaciones comerciales estuvieran mediadas no sólo por el dinero, sino también 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

---

<sup>19</sup> '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 tratan entre las personas que quieren acceder al mercado.

<sup>20</sup> Hoy en día puede valer unos \$20 millones de pesos, el cual 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.

los clientes. Es decir que la relación comercial se sustentó no sólo en el intercambio de mercancías por dinero sino también 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 confluyen 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 precisamente este tipo de acciones entre competidores que hacen del Madrugón un mercado desleal ante la falta de instituciones reguladoras de los precios y que da 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 reconozcan 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, pues hay que distinguirse de la competencia coteránea que comercializa el mismo tipo de prenda. Este posicionamiento, reconocimiento y no desmejoramiento de la calidad de la prenda fueron 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 y formalmente no regulado campo del Madrugón estuvo sustentado por estrategias ‘fuertes’ relacionadas con el posicionamiento de la marca, y ‘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. Las primeras estuvieron soportadas en una integración horizontal de los procesos mediante la articulación de varias unidades de trabajo, para la cual se apoyaron principalmente en los lazos de solidaridad, confianza y recomendación de su *capital social*, pues éste fue la principal *f fuente 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 entonces (a) llamar la atención de los clientes; (b) posicionar rápidamente la marca; (c) vender rápido su mercancía para pagar a proveedores y no retrasar

la producción; (d) y reducir la incertidumbre en el campo. Todo lo anterior es lo que ha hecho posible la reproducción inicial del mercado de esta microempresa familiar.

#### 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<sup>21</sup>: 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; 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, aunque en algunas etapas se tiene nociones muy vagas sobre el tiempo que demora el proceso de fabricación.

Pero ante la posesión de 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. Es decir, 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 es informal pues las relaciones contractuales entre microempresarios y las empresas proveedoras de servicio no están reguladas por el Estado ni blindadas por ningún mecanismo legal; en estos espacios productivos los contratos son verbales.

##### 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 haya sido recomendada por un familiar de la esposa, indican cómo ante la no posesión de suficientes

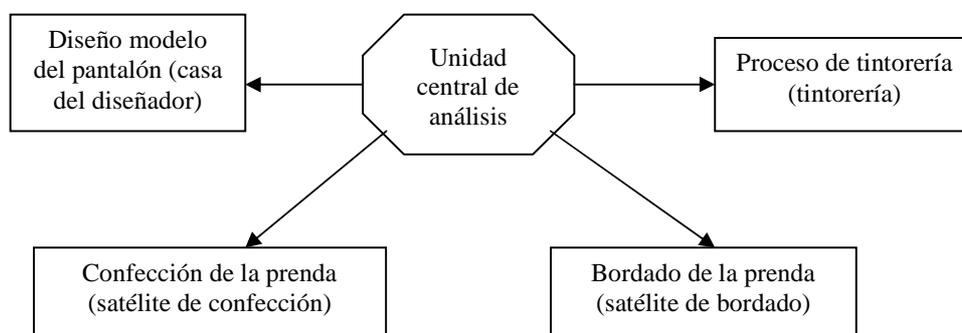
---

<sup>21</sup> Cabe aclarar que este orden es general, pues dependiendo del diseño del pantalón este orden variará, aunque no sustancialmente.

recursos económicos, la construcción de la red de trabajo y por ende la fabricación de la prenda es superada mediante lazos de cercanía y confianza entre allegados.

Los 8 procesos que implican la confección del jean hacen de por sí difícil para estos microempresarios que todo se pueda realizar en un solo lugar pues para fabricar la prenda se requiere tener y saber manejar por lo menos 6 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*, pero también dominar un *capital tecnológico y cultural*, elementos que los agentes de esta unidad de trabajo no han tenido.

Por 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 determinados trabajos. Es decir, su principal *estrategia* ha sido recurrir a la flexibilización productiva y la subcontratación de los diferentes servicios, dejando para su ámbito doméstico la realización de algunos procesos, estrategia típica que suele hacer parte de los hábitos 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 tintorería.



Gráfica 13. 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 esposa decoran el pantalón, colocan botones y lo etiquetan; además organizan y empaican en costales los pantalones por tallas, aunque estas últimas actividades son más responsabilidad de la mujer. Esto es así porque fuera del hogar él se relaciona 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 Gráfico 10 del Capítulo ‘Ingresando al campo: las primeras estrategias’).

Por su parte, la esposa organiza en el hogar la contabilidad del negocio en un cuaderno en el que está anotado lo que les deben sus clientes tanto del Madrugón como los externos a él. Hay que resaltar este trabajo pues sus estudios universitarios son un *capital cultural* importante que influye en el orden de los pagos a los proveedores y en la percepción que éstos tengan de ellos (responsables, incumplidos, etc.).

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: reducir costos mediante la realización, gestión y control de operaciones ligadas a la producción y 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 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.

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, en donde se requiere de 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 del Madrugón, además de la presencia paralela de roles microempresariales 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.

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 por los agentes comerciales del campo del Madrugón y ante la carencia y las dificultades de acumular un capital importante para la permanencia: el económico.

#### 4.2.3 La calidad de la prenda y el cumplimiento cuentan en el negocio ‘burbuja’

Una de las etapas más importantes para la microempresa que comercializa y organiza la logística de la fabricación de los jeans es el satélite<sup>22</sup> 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 con la calidad del servicio que ofrece.

Por ejemplo, la calidad de la horma del pantalón<sup>23</sup> es el principal aspecto que el jefe de taller debe cuidar en la confección, debido a que garantiza en parte a los clientes del Madrugón que los consumidores finales se sientan a gusto con esta prenda<sup>24</sup> y que por ende el ciclo de la comercialización se repita y los intermediarios sigan yendo al Madrugón<sup>25</sup>. Sin embargo, 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 del 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 del Madrugón los microempresarios arriesgan su *capital simbólico* representado en la marca de su prenda. (Ver gráfica 14.)

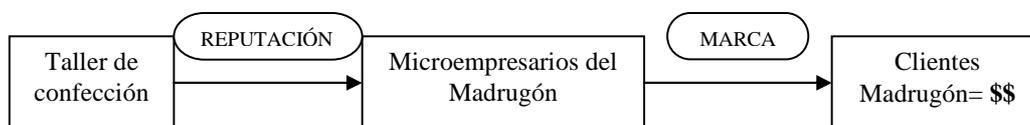
---

<sup>22</sup> 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 a la ciclicidad de la 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).

<sup>23</sup> La horma del pantalón corresponde a la cintura de la prenda que ayuda al realce de esta parte del cuerpo.

<sup>24</sup> 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’.

<sup>25</sup> 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 intermediarios a nivel nacional.



Gráfica 14. 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*<sup>26</sup> 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 #2).

De la anterior cita puede extraerse que la gestión del negocio de jean en el Madrugón está basada en un negocio ‘burbuja’: mientras más elevadas sean las ventas en el mercado, los volúmenes en la producción deben ser mayores. 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, pues afecta el rendimiento de los operarios, sino también por su edad. Precisamente, en el taller de confección trabajan 3 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

<sup>26</sup> ‘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](http://www.bves.com.sv).

otras palabras es extender el tiempo de trabajo para adaptar la mano de obra a las altas fluctuaciones del mercado o a las demoras en la producción.

La otra situación surge de las fluctuaciones 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 pocos clientes, emplea a cerca de 10 operarios y 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 del satélite de confección depende en gran medida de sus 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 microempresarios y 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.

Estas situaciones de tensión y potencial conflicto también son frecuentes en la temporada del mes 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 microempresarios ya saben que deben adelantar los cortes cuando hay buenas ventas en El Madrugón y cuando se acerca la mejor época del 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 por ende, es difícil negociar tiempos de entrega o precios del servicio.

De la etapa de bordado es de resaltar que proveedor y comerciantes fundamentan la relación en la confianza ya que el primero asegura o protege por máximo 3 meses el diseño del bordado que su cliente le ha solicitado. Esta información se cuida de no ser revelada pues un bordado bonito y 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 en donde la competencia está expectante sobre lo que se está sacando. Incluso, estos microempresarios del jean 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 retrasa toda la producción.

Otra estrategia importante en su gestión microempresarial que ha ayudado a estos sujetos comerciantes en su permanencia en el juego es la diversificación de diseños. Como el campo del Madrugón es un espacio altamente competitivo, ellos conocen las nuevas tendencias en moda a través de varios frentes: observando los ‘machetes’ de la competencia en El Madrugón; 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. 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 innovación así como a quienes finalmente usarán la prenda.

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

“...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, para que alguien se arrime (...) 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 # 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 mantener represada la mercancía además de no poder generar cimientos para posibles relaciones comerciales:

“...Imagínese que llega un cliente que le compra 3 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 3 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 #2).

Es de resaltar que la forma en que estos comerciantes exponen sus modelos al público es vistiendo 5 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, bordados o desgastados que se está ofreciendo.

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 sacan un modelo de aproximadamente 250 prendas, pero ante estas situaciones, 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 pero 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 # 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 vagas y en ocasiones imprecisas. Es por esto que la incertidumbre en el cumplimiento de entrega de sus pedidos ha sido el riesgo que han enfrentado estos agentes microempresariales al hacer de la subcontratación microempresarial su principal estrategia de producción.

Como parte de su estrategia de flexibilización y reducción de costos de la prenda, los microempresarios 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 construidos 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 microempresario) 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 '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 #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 microempresarial, haciendo que la fortaleza lograda en el juego se vea reducida. De ahí que el *capital social* sea usado de manera cautelosa para recomendar a un tercero ante algún proveedor de servicio.

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 las prendas que venden al detal. 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 del Madrugón cuando éstos no son cumplidos en sus pagos. Incluso, esa misma presión pueden sentirla subunidades y operarios cuyas relaciones de dependencia con los microempresarios son altas.

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 mayoristas y nuevos son factores 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 el *habitus* de no descontarle nada a su prenda, pues saben que los costos que conlleva la producción son altos y que sus márgenes de ganancia son muy bajos. Sin embargo, existen ocasiones en donde toca recurrir a la estrategia de iniciación en la que se reduce el precio de la prenda como respuesta ante luchas con la competencia por clientes, pues no hacerlo puede poner en riesgo la permanencia en el juego.

Por otra parte, este espacio les ha servido para canalizar de primera mano las opiniones de sus clientes para ampliar sus conocimientos y ser mejores observadores y más exigentes del trabajo realizado en cada una de las unidades de trabajo que subcontratan, lo cual se traduce finalmente en la conformación de un *habitus* microempresarial más competitivo.

Redondeando las ideas relacionadas con el ámbito comercial, el objetivo principal de esta microempresa no ha sido acumular capital económico, pues el margen de ganancia en las ventas está destinado 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. 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. Sin embargo, no puede decirse que esto sea una constante en el proceso productivo, es decir, una práctica institucionalizada por los diversos agentes de la cadena de trabajo.

#### 4.3 Las condiciones del Trabajo: las condiciones que se viven en la informalidad

En este caso, la unidad central de trabajo más que producir ella misma su propia mercancía, lo que hace es organizar 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 organizado por esta microempresa que influye en que las prendas puedan ser vendidas a \$20.000 pesos al por mayor.

##### 4.3.1 Los pagos, las remuneraciones, los contratos

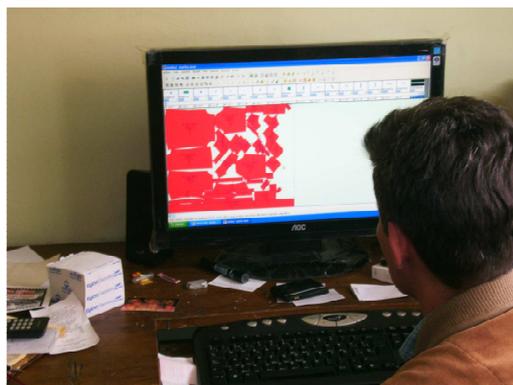
Comencemos pues describiendo cómo son las condiciones de los diferentes trabajos de acuerdo al orden del proceso de fabricación de la prenda. La tela de jean que usan estos microempresarios por lo general no tiene grandes variaciones en calidad y viene en rollos de 80, 100 o 150 metros de longitud, con un ancho de 1,48 metros. 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'<sup>27</sup> dada su experiencia en el manejo del programa de diseño. Esta persona acude

---

<sup>27</sup> 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

algunas veces también al 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.

Este diseñador puede tener ingresos mensuales que están entre \$2 millones de pesos y los \$4 millones de pesos mensuales. Del cluster informal organizado para la fabricación de las prendas, su integridad 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 5 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, son los factores que más han influido para mantenerse en su posición.



Gráfica 15. Diseñador organizando el trazo del modelo de una prenda. Propiedad del autor.

Habiendo cumplido estas 3 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. 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 microempresarios 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 microempresario es uno de los dos clientes que tiene esta subunidad

---

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.

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.



Gráfica 16. 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 microempresario, 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 pesos por los cortes de ambos hermanos que corresponden a 6 cortes semanales<sup>28</sup>. Este pago es únicamente por su servicio prestado y en caso de accidentes debe hacer uso del carnet de Sisbén. Sus pagos se realizan en ocasiones en forma de abonos, pues no siempre se cuenta con el dinero completo para cancelar todos sus servicios.

Con el trazo ya cortado, el siguiente paso es llevar los cortes al satélite de confección en donde el precio por prenda completa es de \$3.300 pesos; este valor incluye una revisión final del pantalón. 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 microempresarios 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

---

<sup>28</sup> Hay que aclarar que esta persona también tiene otros clientes a los que les realiza el mismo trabajo.

que los dueños del taller pueden acumular un pequeño *capital económico* para transformarlo en *capital tecnológico* a final de año.



Gráfica 17. Operaria confeccionando prenda completa y no por operación. Propiedad del autor.

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, y para que cada uno lleve la contabilidad sobre los pedidos y sobre el total de operaciones realizadas.

Es importante tener presente que la hechura de un pantalón de moda como los que comercializan estos microempresarios tiene aproximadamente 20 operaciones, aunque ello varía de acuerdo al diseño a confeccionar, lo cual 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 éstos últimos ya tienen asignadas el desarrollo de algunas de las operaciones.

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 ya que 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<sup>29</sup>. A continuación se presenta una tabla con los valores que se pagan por cada operación.

**Tabla de Precios de operaciones realizadas en el Satélite de confección \***

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

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 los y las operarios que las realizan. De esa forma sabe qué y cuánto fue lo que hizo cada operario de determinado corte. Igualmente, los trabajadores toman nota de las operaciones que realizan.

El sistema de pagos acordado entre cliente del Madrugón y jefe de satélite es mediante abonos cada 8 días. De igual manera, el jefe de taller distribuye los pagos a la mitad de sus operarios y al siguiente sábado les cancela a los otros. Esa es la estrategia de pagos que tanto microempresarios de la comercialización como del taller han acordado en

<sup>29</sup> 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 no va a ser la misma comparada con una prenda confeccionada con las máquinas especiales.

\* Es importante decir que estas son una buena parte de las operaciones que conlleva la confección de esta prenda, pues de acuerdo al diseño variarán 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.

vista de la cantidad de personas que trabajan en esta unidad de trabajo, del volumen de prendas que hay que confeccionar, y de los insumos que requiere la confección. Cabe recordar que el sistema de abonos semanales institucionalizado entre microempresarios y jefe de taller en ocasiones genera situaciones de fuerte tensión al no ser montos fijos y completos pues la supervivencia de esta última persona, su familia y los demás operarios dependen en gran medida de los abonos que estos microempresarios 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, en palabras de 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 \$200.000 y \$600.000 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 Sisbén, pues es el único requisito que se exige para trabajar en el taller. De hecho, una operaria 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 # 6).

Este requisito 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.

Sin embargo, 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 por cerca de 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 y uno está trabajando y el cuerpo no está en una posición de descanso, mientras que yo llego y me subo al bus y ‘uffffffff, qué alivio!’ Como dicen los muchachos de hoy en día ‘me relajo’, porque es un trabajo muy agotador.” (Tomado de la entrevista # 1).

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 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, pues de lo contrario la relación con el satélite se puede romper intempestivamente, o 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 el trabajo y en la relación laboral; de hecho se logra mediante mecanismos de legitimación 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 microempresarios 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 rondan la cadena de trabajo informal.

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 ende algunos operarios tienen más 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 muchísimo 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 # 6).

Este espacio se ha prestado igualmente para que operarios que están en una situación de alta necesidad realicen de manera paralela otras responsabilidades:

“...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 # 6).

Por lo demás, es importante resaltar que este taller cuenta con un operario que es de la religión adventista 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.

Situaciones de alta dependencia también se presentan con los familiares operarios y no familiares. Ante situaciones de alta incertidumbre en el mercado laboral, de desempleo prolongado o de muy pocas posibilidades de encontrar un trabajo a causa de la edad

avanzada, los familiares saben que este espacio les puede servir como *'paraguas laboral'* para poder sobrellevar sus gastos de reproducción. En el caso del jefe de taller él también siente una alta dependencia de ellos en temporadas como diciembre, pues suelen ampliarse los horarios de trabajo para cumplir con los pedidos. En síntesis puede hablarse de unas relaciones de solidaridad en 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 en donde se requiere adaptar los ritmos de la producción a la demanda del mercado.

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. 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 alta debido a que es su único trabajo, y por ende 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 alta debido a que los necesita el mayor tiempo posible para tener listo el mayor número de prendas en el menor tiempo posible. No sobra mencionar que la relación jefe de taller-operario y la vinculación de éste último al taller se afianza también en el origen de ambos actores y en el sentido de <igualdad> que se comparte:

“...nosotros tenemos contratos verbales porque como somos personas de 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 # 4).

Ahora bien, Benjamin Coriat en su libro *El taller y el cronómetro* decía que el simple hecho de que haya entrado el cronómetro a los talleres y lugares de trabajo era “un instrumento político de dominación sobre el trabajo” (1985, 2), y más aún sobre el trabajo organizado en gremios. Pero en este espacio el tiempo actúa como un obstáculo que hay que vencer, pues se fabrica contra el tiempo y no ‘ajustado’ al tiempo.

Como en este espacio no hay regulaciones contractuales legales, no hay grupos organizados sino más bien trabajos fragmentados en donde el ingreso y la salida a estos espacios son relativamente fáciles, en donde 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 *illusio* es hacer un número de operaciones tal cuya remuneración les alcance a suplir las responsabilidades concernientes al diario vivir (arriendo, transportes y alimentación familiar).

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. También vale destacar el rol que cumple la suegra del jefe de taller en este espacio en relación a la crianza de los niños pero también en el ámbito productivo:

B: ... ¿y qué tan importante es tu mamá en esta microempresa? (pregunta realizada a 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 de 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.



Gráfico 18. 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 microempresarios optan por agregar bordados de un precio no superior a los \$1.200 pesos. Ese valor surge del total de puntadas<sup>30</sup> 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 del Madrugón cuando el proveedor se acerca a cobrarles.



Gráfica 19. Máquina bordadora de 9 cabezas. Propiedad del autor.

---

<sup>30</sup> 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.

En escenarios de alta demanda por el servicio de este satélite, trabajan 3 operarias en turnos de 8 horas. Su contrato es verbal e igualmente es un requisito indispensable que cada operaria tenga el seguro médico del Sisbén para que en caso de algún accidente sea atendida con su documento y así el patrón descarga sus responsabilidades derivadas de las actividades productivas.

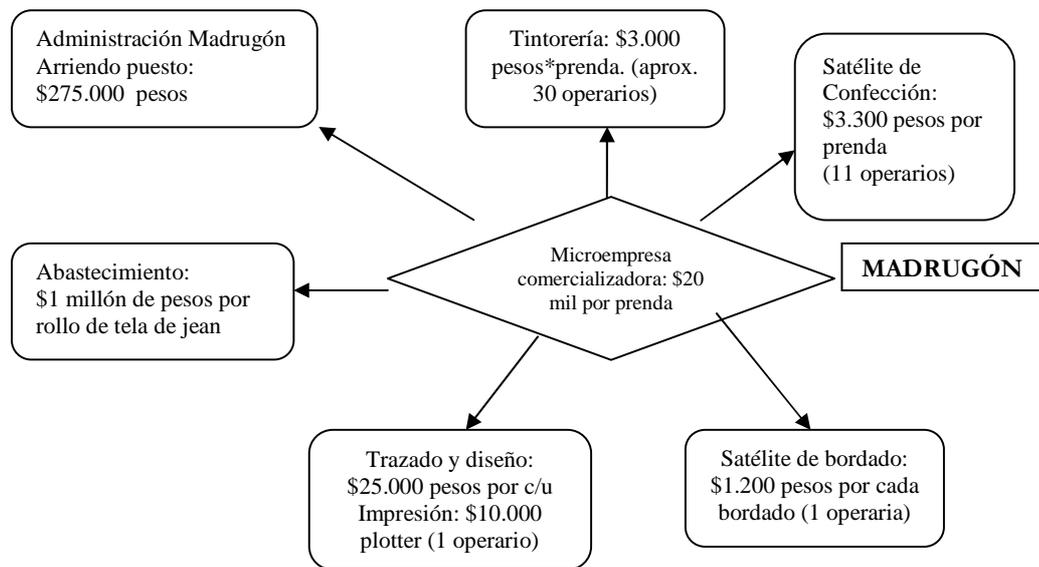
En épocas donde el trabajo es escaso, el número de operarias disminuye a una sola, lo cual genera una alta preocupación no sólo al jefe del satélite de bordado, sino también a otras operarias que quedan desempleadas pues nunca hay certeza plena sobre qué tanto durará la etapa crítica en el satélite.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

En cuanto al espacio de la tintorería<sup>31</sup>, el costo del servicio por prenda es en la mayoría de las veces de \$3000 pesos y cuando se quiere abarcar nuevas tendencias en colores se busca que su valor no aumente. En el momento de sacar la mercancía, los clientes abonan lo que puedan, siempre y cuando haya más mercancía de ellos en esta etapa. Esta estrategia sirve de garantía en este espacio y en el satélite para que los clientes vuelvan por sus pedidos no sin antes 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 mediante los pedidos que están ‘en espera’ (Weber, 2005: 494). De igual manera sucede en el espacio de confección.

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 o para el pago a proveedores. Para ellos sus ganancias sólo son representativas y son vistas 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.

---

<sup>31</sup> La tintorería a la que acuden estos microempresarios fue uno de los espacios a los que no se pudo tener un acceso. No obstante, se accedió a otra tintorería en donde hay una serie de trabajos y de 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 máquinas, el cumplimiento de la legislación ambiental, etc. Algunas tintorerías disponen del uso del gas natural mientras que otros usan leña que les es vendida por recicladores como mecanismo para tener calientes las calderas del agua, cuyo vapor es el que permite poner en funcionamiento el resto de máquinas como lavadoras, secadoras, planchas, etc.



Gráfica 20. Organización de la red de trabajo microempresarial.

Tomando como punto de referencia las ventas realizadas por el hermano\* de este microempresario, quien en la temporada alta del año pasado (Octubre, Noviembre, Diciembre) vendió cerca de 7 mil pantalones, estamos hablando de una unidad de trabajo que en los 3 meses de mayor dinamismo en el mercado del Madrugón vendió \$140'000.000 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 \$3.000 pesos, esta persona obtuvo utilidades por cerca de \$17'500.000 de pesos a finales de año, cifra que alimenta su *illusión* para seguir vinculados 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 o no mantener sus cuentas bajo un marco tributario regulado afianza aún más su motivación por permanecer en El Madrugón. Es decir, esta no regulación tan típica del sector informal colabora con la estructuración de la *illusio*, pues no hay que 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 entonces 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

\* El hermano de este microempresario está ubicado a aproximadamente 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.

deben a proveedores con 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; esto dificulta aún más sus posibilidades de ahorro y hace pensar que viven casi al límite de la precariedad.

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; 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 del Madrugón.

Otro punto de referencia que nos puede ayudar a entender la dinámica comercial de esta microempresa es el número de prendas dispuesto en cada mercado. Estas personas acuden aproximadamente con 700 prendas que equivalen a \$14 millones de pesos, cifra que asciende a cerca de \$112 millones de pesos a nivel mensual. 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 confundirla 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 al campo del madrugón y que como ya se señaló, afecta en diferente medida a las unidades subcontratadas.

Hablamos entonces de una microempresa de jean vinculada al Madrugón, 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.

Por lo demás, los vínculos laborales atravesados por la realización individual y no ‘colectiva’ de un servicio 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 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 la 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 importante en el campo del Madrugón, pues antes que servir como forma de acumulación de la riqueza producida de manera desintegrada y no-regularizada, son ganancias muy reducidas que 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. Por otra parte, el Sisbén hace las veces de *visagra* para el ingreso al campo de la producción, pues da pistas sobre el origen y sobre la situación económica de quien busca insertarse en este tipo de trabajos.

Podemos referirnos entonces 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, ¿qué señalan este tipo de situaciones de informalidad típicas en el mercado laboral colombiano? ¿Cuál es el blindaje de estos individuos? Lo que señala 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 iniciativas individuales que permiten vivir a aquellos cuya situación salarial no está protegida o dignamente asegurada, y cuya fuerza de trabajo es su única arma 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 microempresarios: su ingreso al Madrugón

Estos microempresarios 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 pasando por los cargos de media cuchara y oficial<sup>32</sup>. Luego trabajó como ayudante de carpintería. Su último trabajo, antes de vincularse al Madrugón, fue como vendedor ambulante en el centro de Bogotá en donde comercializaba productos de confección.

Por su parte, la esposa trabajó en la realización de estuches en terciopelo para joyería y relojería, al igual que en recubrimientos 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 para la confección de las sudaderas. Hoy ambos recuerdan cómo la policía de Bogotá molestaba y no los dejaba trabajar cuando invadían el espacio público.

Ante esto tuvieron la oportunidad de trabajar en una bodega llamada Puerto Colombia la cual sufrió un incendio en el año 2006. Frente a esta coyuntura decidieron optar por buscar un puesto en El Madrugón y lograron obtener uno 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 microempresa era la de conseguir ‘un espacio’ que les permitiera desarrollar sus actividades comerciales. Esa era su *illusio* ante las escasas oportunidades de empleo, su preocupación ante lo ocurrido en la primera bodega y la responsabilidad de cuidar de sus tres hijos. Además, el fuerte peso comercial que empezó a tener el campo del Madrugón aumentaba su expectativa para ingresar a este campo.

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

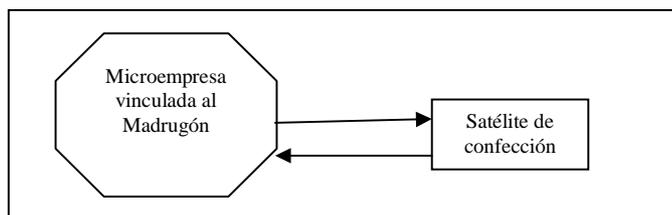
---

<sup>32</sup> 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.

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 producción.

Sin embargo, su comienzo en los ámbitos de la confección y la comercialización fueron al mismo tiempo riesgosos y muy 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 las carencias iniciales, fue construir una muy pequeña red de trabajo.

Por ejemplo, a nivel comercial esos costos fueron principalmente el pago del arriendo por el puesto; a nivel productivo subcontrataron el servicio de satélite de confección para fabricar sus sudaderas. Ésta etapa fue costosa en la medida que no sabían coser las prendas ni contaban con el *capital tecnológico* para ello y tuvieron que destinar parte de los márgenes de ganancia iniciales 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 debieron ser empleadas para el pago del arriendo tanto en el Madrugón así como de otro espacio al que más adelante se vincularían.



Gráfica 21. Organización inicial de esta microempresa.

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 otras<sup>33</sup>. Otra estrategia en el ámbito de la comercialización fue acudir al mercado dominical del 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 microempresa al campo estuvo motivado por el desalojo del comercio ambulante de las calles del centro de Bogotá. Sin embargo, el ingreso de esta unidad 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. A nivel productivo su

<sup>33</sup> Los efectos de la competencia de las otras bodegas ellos las sienten porque sus clientes y los comerciantes vecinos cuentan cuáles son los precios de los puestos en las otras bodegas, lo cual hace que las prendas en estos espacios dejen mayores utilidades a los comerciantes.

estrategia principal consistió en la intermediación de la actividad comercial, pues se recurrió a subcontratar el servicio de otra microempresa de confección.

A diferencia de la microempresa de pantalones de jean, esta microempresa 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 su mercancía era propiamente de ellos y no como en el caso de los microempresarios del jean, quienes arrancaron debiéndolo todo. No sobra mencionar lo fácil que fue al principio 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 en sí misma de sus prendas ha implicado tareas complejas o difíciles. Al contrario, para ellos ha sido un trabajo sencillo que no requiere mayor inversión ni asumir costos tan elevados frente a los que la microempresa de jeans asume.

Como un buen cúmulo de tareas productivas es realizada en el mismo hogar, éstas se mezclan con la vida familiar. Por ejemplo, la esposa se encarga de alistar a los dos hijos menores y llevarlos al colegio. 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.

En relación a la producción de sus prendas, esta microempresa apoya toda su producción en la fuerza de trabajo familiar, mientras el único contacto que tienen con el exterior es en el abastecimiento de la materia prima (telas, hilos, botones, etc.) y en el de la comercialización.

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 en 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’<sup>34</sup>; de hacer el corte según las tallas con moldes en cartón; y de filetear. Por su

---

<sup>34</sup> 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.

parte, su esposa se suele encargar del manejo de otra fileteadora y del uso de la máquina plana con la cual pega bolsillos y botones. Su manejo lo alterna con atender una pequeña tienda, pues allí se encuentra la máquina plana. Por último, hija y madre del jefe de hogar se encargan de rematar el pantalón.

Sin embargo, esta organización del trabajo no se pudo hacer hasta que ambos esposos incorporaron el *capital tecnológico* necesario para la confección. Esto sólo se logró cuando allegados como 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 del *habitus* y a la estructuración de las *prácticas* de su nuevo oficio. Desde luego esto supuso una serie de dificultades iniciales las cuales conllevaban a que se descosiera el trabajo que había quedado mal. En otras palabras, su aprendizaje productivo estuvo soportado sobre el ensayo y el error.

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 producción de la sudadera.

En el aspecto de los diseños, estos agentes no manejan grandes innovaciones ni tienen un fuerte inversión económica o simbólica (marca), pues 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. 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 les ha servido para estimular la compra de los intermediarios o consumidores directos.

Hay que agregar que en 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. De ahí su baja o poca calidad.

Teniendo en cuenta que estos microempresarios tienen pocos clientes estables, que no se abastecen de altos volúmenes de materia prima, y que en todos los mercados<sup>35</sup> manejan un surtido cercano a los 2 millones de pesos, esta unidad de trabajo vende también

---

<sup>35</sup> 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 la compra.

su mercancía en el mercado dominical del 20 de Julio. A nivel comercial, ésta ha sido su única estrategia fuerte para permanecer vinculados al campo del Madrugón, 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 quitar los clientes y que no se pueden ir 'blanqueados', es decir, sin haber vendido nada.

Ahora bien, como su margen de ventas no es muy amplio y el fenómeno del 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 que reducen el riesgo de ser excluidos del juego. Si bien a ellos también los afectan las fluctuaciones del mercado, éste les va indicando cuántas prendas deben 'reponer' a su surtido, lo cual al mismo tiempo les señala de qué tanta materia prima deben abastecerse. En síntesis, el mercado les va indicando a los agentes de la estructura productiva familiar cómo deben disponer su *habitus* y qué tanto se requiere de su trabajo, trabajo que también reduce el alto riesgo de exclusión de esta unidad de trabajo.

En el aspecto contable del negocio, esta baja escala en las ventas, la posesión de un escaso capital cultural relacionado con el orden contable de las ventas, 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, esos datos los lleva el jefe del hogar en su mente, pues no tiene necesidad de transcribirlos a ningún cuaderno o libro de contabilidad, pues no subcontrata 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 la reducida influencia que puede tener en un escenario de tanta competencia como este.

Otro aspecto importante relacionado con la contabilidad de la microempresa tiene que ver con las fuentes de financiación que esposa y esposo han tenido en su trayectoria productiva. Sus únicos recursos han sido sus propios ahorros aunque actualmente tienen un crédito pequeño con la institución Banca Mía. Según el jefe de hogar, esta poca búsqueda de créditos está relacionada con 'espejos' o microempresarios del Madrugón que han fracasado en su iniciativa comercial ante las dificultades de cumplir con los pagos de préstamos. Puede resumirse esta actitud en un miedo latente relacionado con el riesgo a fracasar y apurar su salida del campo.

Puede verse entonces cómo el trabajo de confección realizado por esta microempresa familiar es plenamente artesanal, en donde son dos los capitales puestos en juego: el económico materializado en el surtido que ofrecen y que les permite continuar en el campo y reproducir la fuerza de trabajo familiar; y el social sustentado en la fuerza de

trabajo familiar no remunerada, lo cual es un factor relevante para que el costo de la prenda sean tan barato. 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 las fluctuaciones del 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 de oferta y demanda a las que se ve sometida esta unidad de trabajo, son elementos 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 el mecanismo 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 \$10.000

Desde luego, los costos que debe asumir esta unidad de trabajo son relativamente pocos frente a la microempresa de jeans. Por ejemplo, está el pago mensual del arriendo del puesto del 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 este punto 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 su clientela del Madrugón y del 20 de Julio.

Ya el trabajo de la realización de la prenda es trabajo plenamente familiar en donde no se hace pagos, abonos o retribución económica a ninguno de los miembros por el trabajo realizado. 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 unen la prenda con la máquina fileteadora. Posteriormente, ella o él la terminan de cerrar en la máquina plana. La última parte se refiere al remate o eliminación de hebras, operación que corresponde a la hija del jefe de taller como a la madre de éste.

No sobra señalar que el trabajo de estas últimas personas es visto por los dos microempresarios 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.



Gráfica 22. Mesa de Corte usada por los microempresarios fabricantes de sudaderas. Su dimensión es de 2 metros de ancho \* 3 de largo. Propiedad del autor

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 microempresa 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, pues son en gran medida los que permiten articular el trabajo productivo.

Si bien es cierto que en este caso se puede hablar de la categoría de trabajador <<a domicilio>> pues todo el trabajo de fabricación de la prenda se hace en el hogar, no se tiene un precio determinado para cada operación realizada. Pero como no hay una racionalización tan desarrollada del trabajo no se requiere de un trabajo tan intenso y desgastante como el que se requiere en la confección del jean, ya que no se manejan volúmenes tan elevados de prendas a confeccionar ni ritmos de producción parecidos. Esto

hace entonces que la disposición del trabajo familiar no dependa de horarios ya establecidos.

Es decir, en este caso la estrategia de flexibilizar la confección podría parecer circunstancial, pero no es así. Esta unidad de trabajo maneja unos niveles de adaptación 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, lo cual conllevaría a una reducción de sus utilidades netas. En cuanto al factor de las ganancias, estos microempresarios 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 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 por la distribución y organización del trabajo en el primero.

Como se dijo antes, en periodos 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 \$1000 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, pues en este tiempo el mercado se inclina hacia el público escolar el cual tiene unas prendas que ellos no manejan.



Gráfica 23. 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 del Madrugón está dado por su situación de ‘sobrevivencia’ y necesidad. Sin embargo, esa situación de vulnerabilidad en el campo trata de reducirse mediante el uso de relaciones basadas en la dominación paternal, lo cual impide la rápida desarticulación o fragmentación de esta unidad de trabajo familiar y la no frecuente dependencia de unidades externas. Además, la relación de dependencia diaria que tienen los miembros de la familia de la actividad microempresarial es otro elemento que cohesiona y coacciona a los individuos para que colaboren.

Si bien son productores y comerciantes directos en 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. 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 interna del desarrollo del trabajo familiar.

## 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 del Madrugón han implementado para lograr ingresar y permanecer en un campo en el que hay aproximadamente 5000 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 confianza que rodean a cada una de las dos microempresas abordadas.

Es importante decir que el marco teórico relacionado con la literatura sobre informalidad ayudó a comprender no sólo las discusiones sobre la realidad social de varios países, sino también a acercarnos a la complejidad de este sector de la economía. Esto dada la alta heterogeneidad de la población informal y las distintas lógicas de los individuos insertos en actividades mal remuneradas, precarias, etc. Desde luego, esta parte de la investigación complementó el abordaje sobre un fenómeno informal en donde una de las características principales es la sobreexplotación del suelo. La segunda parte del marco teórico fue pertinente ya que permitió reconstruir la configuración del espacio del Madrugón, cuáles son las fuertes luchas comerciales allí latentes, las tensiones que sufren una parte considerable de los diferentes eslabones sociales vinculados a estas actividades, así como identificar las diferentes apuestas y motivaciones que construyen El Madrugón.

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

Por una parte, el campo del Madrugón, fenómeno comercial informal en el que se encuentra todo tipo de artículos de la confección a precios baratos, es un espacio económico y social que surge como resultado de las luchas entre vendedores ambulantes y estacionarios desalojados, y las autoridades políticas ante la coyuntura de la recuperación, defensa y la protección del espacio público como bien inalienable de todos los ciudadanos. Sin embargo, 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 y el uso de la fuerza por parte de instancias policivas, así como por un discurso político relacionado con la recuperación de un bien inalienable que permitiera restablecer la confianza y calidad de vida de los bogotanos (Penagos: 2008, 35-36).

Sin embargo, no hay que pasar por alto este elemento de la política pública dirigida a recuperar el espacio del estado pues influyó fuertemente en la aparición del fenómeno comercial explorado a lo largo de este trabajo. Ese elemento de la política pública, cuya intención principal era la de recuperar a toda costa un espacio con unos elementos muy

particulares y que era aprovechado por una población informal estacionaria con unas características propias que no fueron exploradas ni diagnosticadas por las autoridades locales ni distritales, no estructuró ni planificó integralmente la política sobre el ámbito territorial y el desarrollo comercial de este sector.

Este fenómeno no se distancia entonces de la paradoja planteada por el autor Alejandro Portes en el sentido de que los esfuerzos hechos desde el estado por controlar o desterrar actividades mediante la herramienta de una política pública 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).

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), y así las políticas públicas terminan siendo cualquier documento políticamente correcto sin ninguna capacidad de transformar la realidad” (Córdoba: 2004, 127).

No hay que olvidar tampoco que el madrugón se dio como resultado de movimientos estratégicos individuales y colectivos por parte de actores desalojados ante la búsqueda de espacios ‘privados o particulares’ que les permitiese seguir desarrollando su actividad microempresarial sin usurpar el espacio público. Fue entonces cuando propietarios de bienes inmuebles del sector aprovecharon la fuerte demanda por un territorio que con el tiempo se volvió más apetecido y restringido por las mismas dinámicas comerciales que se han venido desarrollando en El Madrugón.

Cabe decir también que aunque este campo económico se distingue fuertemente por las transacciones comerciales que se realizan allí, puede decirse que el capital económico en manos de los clientes es la verdadera fuente de las luchas comerciales entre los agentes, aunque no el único que configura la estructura del campo. Ahora, en el presente estudio se señaló porqué el capital social ha sido fundamental para el ingreso y permanencia de los agentes de ambas microempresas estudiadas pues permitió apurar las relaciones sociales en instancias productivas y comerciales y así poder disputar el capital económico circulante en este fenómeno informal.

Cabe 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. Igualmente, la motivación de los agentes está relacionada en primer lugar con su propio

pasado laboral y con las reducidas oportunidades que han tenido en sus vidas. En segundo lugar, su *illusio* se ha construido a partir de los éxitos y fracasos que sus 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. Sin embargo, lo que es elevado no son las utilidades de su negocio, sino las ventas de su mercancía.

A nivel de estrategias productivas o 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. A nivel 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 adoptadas en este caso por una unidad que en su estructura productiva es personalizada. Precisamente esta serie de prácticas de mercadeo señaladas por este documento son hechos que los teóricos de la informalidad poco han abordado en sus estudios y que sirven para explorar las formas en que migrantes del campo se articulan a actividades informales en la ciudad pero con un tinte moderno.

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 cluster 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 ha sido los encuentros personalizados los que han permitido construir lazos de cooperación y fortalecer los de solidaridad en este andamiaje microempresarial y productivo vinculado al Madrugón. Son estas redes de allegados que se estructuraron en el mismo lugar de procedencia de los comerciantes o en el mismo campo en donde se afianzaron lentamente las relaciones hacia una propuesta productiva y competitiva.

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

Este elemento develado por la investigación mostró entonces cómo en escenarios de informalidad laboral y altamente disputados a nivel comercial, el capital social jugó un rol fundamental en el acceso a información, en escenarios de apertura o exclusión del mercado ante nuevos competidores, o en situaciones de alta tensión que surgen en la etapa productiva o comercial pues se requiere de adaptaciones fáciles ante las circunstancias propias del mercado.

Si bien el trabajo 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) reconoce la heterogeneidad, complejidad y el fuerte componente familiar en un fenómeno tan característico de las sociedades latinoamericanas, no han profundizado en los tipos de relaciones comerciales y productivas de los individuos o de grupos sociales quienes se apoyan en diferentes capitales, los cuales se construyen y ‘apuestan’ en diversa medida en contextos restringidos, competitivos y delimitados a nivel espacial y temporal. Tampoco han profundizado en cómo se afianzan y se sustentan ese tipo de relaciones y con base en qué mecanismos o elementos (solidaridad, amenaza, generar ingresos, idea de progreso, etc.). Además, no han explorado cómo contextos con características particulares obligan a comerciantes y proveedores de servicios a desarrollar varios tipos de estrategias con la intención de reducir la variabilidad del mercado, factores estos que también fueron develados por este documento. 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, mas 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 altamente restringido mientras su permanencia en él puede resultar costosa al principio.

Otro elemento que se destaca en el texto es cómo los agentes compradores son *factores de lucha* para estos comerciantes y cómo estos tratan de hacerlos parte de su cartera de clientes creando lazos de cercanía o bien apoyándose en razones de confianza para establecer una relación comercial prolongada y estable. Además, se acercan a ellos ofreciendo diversidad en tendencias de moda que no son propias de su gestión innovadora o creativa, sino más bien, una reproducción o copia de lo que observan en el mismo campo, en revistas, o espacios de moda.

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 político para formalizar las actividades informales, o que la baja productividad de las actividades sumado a su no regulación no agotan la explicación de la informalidad pues han dejado de lado el contenido de las relaciones económicas y las

apuestas de diversos capitales que se presentan en este sector no formal. Según lo observado en esta investigación las diversas unidades articuladas a este 'libre comercio informal' dependen altamente de los flujos del mercado y de la formalización de la red de trabajo antes que depender de eslabones legales, depende de las fuertes relaciones de cooperación que permitan una estabilidad y una proyección del negocio en el tiempo.

En el segundo caso abordado la estrategia productiva se ha apoyado sobre la fuerza de trabajo más cercana y barata: este ha sido el capital social del reducido núcleo familiar. En este caso, las relaciones afectivas y productivas al no estar mediadas por el factor dinero se sustentan en otro tipo de elementos como el carácter paternal y tradicional presente en el hogar así como en el sentido de colaboración hacia la principal actividad generadora de ingresos en la familia los cuales permiten la supervivencia del núcleo así como el desarrollo de capacidades cognoscitivas de algunos miembros. Sin embargo, no hay que desconocer la labor del capital social externo a este núcleo el cual sirvió para asesorar sobre la forma de organizar la producción textil.

De otra parte, que haya oferta de mercancías a precios muy baratos está relacionado no sólo con la nula participación del Estado en la regulación o vigilancia de las transacciones que se desarrollan en este espacio comercial o en el ámbito productivo. Los precios bajos también están relacionados con la fuerte competencia del campo lo cual obliga a los microempresarios a ser austeros con los costos de la producción y los gastos del hogar. Pero, ¿a qué estrategias recurren? ¿Cómo lo hacen? En síntesis, no excediendo los costos de producción, acudiendo a trabajos no regulados y precarios, o al trabajo familiar no remunerado que no encarezca la prenda, factores típicos del trabajo informal.

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, pero si se contrae la demanda por la prenda, se reduce igualmente la fabricación de las prendas. En pocas palabras, la producción es altamente sensible a las fluctuaciones del mercado y el Madrugón pasa a ser entonces una institución reguladora de los procesos, tiempos y producción a ofertar así como de la reproducción del orden microempresarial, que por su variabilidad dificulta definir un proyecto microempresarial a futuro sobre la base de la formalización.

Ante 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 juego. Este alto grado dependencia del mercado y su incertidumbre pone entonces en un elevado grado de vulnerabilidad a todos los actores de la cadena productiva, y la alta dependencia económica, como dice Consuelo Corredor, es un elemento que señala una situación de pobreza (1999, 63). Este es sin lugar a dudas el

principal riesgo al no tener regulado o controlado una institución como el mercado que se desarrolla de acuerdo a los flujos de la oferta y la demanda, hecho que si se observa con detenimiento se corresponde con la tesis que defienden a ultranza los teóricos institucionalistas. Cabe recordar que desde este enfoque se promueve una reducción del peso del Estado en la economía para que se liberen las fuerzas del mercado (De Soto: 1990). Aunque cabe aclarar que el caso del Madrugón no ha sido un mercado completamente libre de las regulaciones: el único requisito formal que se debe tener todo comerciante que quiera ingresar es disponer del Registro de Cámara de Comercio.

Y si bien el enfoque de este estudio no se abordó directamente sobre cómo intermediarios del sector formal de la economía acuden al Madrugón para aumentar sus capitales económicos, sí hay que anotar que este espacio informal se articula mediante el consumo al sector formal y permite la reproducción de la fuerza de trabajo. Haciendo eco de la tesis de Portes (2003) el sector informal es funcional al formal para reducir costos de producción, pero en este caso resulta más evidente su funcionalidad para reducir gastos de consumo. Si el campo del Madrugón sigue en pie se debe también a que ha resultado rentable para agentes intermediarios de pueblos y otras ciudades que compran allí y revende las mercancías en sus lugares.

Es de anotar también que este campo 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 tuvieron dificultades para acceder a un trabajo formal, estable y bien remunerado de acuerdo a los horarios y a las mismas condiciones laborales del trabajo.

Este elemento informal, tan típico de las situaciones laborales colombianas, se ha convertido en el refugio de *individuos 'negativos' o frágiles* y no se debe sólo a la no articulación de la reducida oferta de empleos formales y la baja preparación de las personas que luchan por esos puestos, como se diría desde la teoría estructuralista. Obedece también a *trayectorias laborales inestables*, temporales o fragmentadas en donde la acumulación mínima de un capital económico mediante la transformación de un capital cultural rudimentario o social, es difícil pues los pocos recursos se dirigen a la supervivencia diaria. Igualmente, la poca rigidez en las contrataciones, en las transacciones comerciales realizadas en este campo, en las relaciones de producción y las remuneraciones percibidas por el trabajo realizado sumado a su situación de vulnerabilidad, son elementos que hacen a los operarios estancarse en su posición que imposibilitan la planeación y realización de un proyecto de vida digna.

Esta situación ha hecho de estos sujetos *individuos frágiles o negativos* en el sentido que “no tienen otra opción más que vender a la buena de Dios su fuerza de trabajo...” (Castel:

2004, 43). Precisamente, para Castel esa fragilidad de los individuos es el centro de debate ya que si bien “el individuo es la gran conquista de la modernidad, (...) es una conquista frágil” (2004, 50), pues su sostenimiento no puede estar atado únicamente a su fuerza de trabajo, tal cual lo están las personas que están vinculadas a alguna de estas dos microempresas.

Esa conquista del mundo liberal, la del hombre libre y autónomo, y de la que De Soto es uno de los exponentes al defender la tesis de un Estado menos pendiente y vigilante de las iniciativas de los individuos, es la que hay que repensar con vista a tener individuos más protegidos y rodeados de garantías sociales. En resumen, ‘individuos más positivos’ cuya existencia no dependa exclusivamente de las incertidumbres del mercado ni de su fuerza corporal. Sin embargo, la contradicción que se presenta en el ‘verdadero mercado’ es que allí los individuos sólo pueden ser ‘más positivos’ casi exclusivamente a partir de sus propios recursos acumulados, pues por ejemplo, el carácter del Madrugón de mercado comercial y laboral ‘no regulado’ implica la no participación del principal actor que los puede fortalecer y defender: el Estado.

Por último, hay que decir que mientras la microempresa de sudaderas puede ser clasificada como un ejemplo de economía de subsistencia por su participación directa en la fabricación y la comercialización de las prendas, según la tipología que Portes y Haller planteaban (2004), la microempresa de jeans no es susceptible de alguna de las otras clasificaciones de estos autores. Esta dificultad radica principalmente en que si bien esta unidad de trabajo informal ha flexibilizado externamente la producción de su prenda, no lo hace dentro del marco de la formalidad, o de la contratación ‘fuera de plantilla’, característica que corresponde a las economías informales de explotación dependiente. Por otro lado, no puede ser catalogada como una economía informal de crecimiento en la medida que no logra acumular capital económico para invertir en materia prima o en algún capital tecnológico, pues los márgenes de ganancia de cada prenda son usados principalmente para el pago de proveedores. Sin embargo, no hay que subestimar sus prácticas microempresariales, los volúmenes de ventas ni la arquitectura productiva de esta microempresa, aunque su perfil corresponda más al de una economía de supervivencia al tener una vinculación estrechísima con el campo comercial.

## Bibliografía

Aljure, M. y Martínez, J. M. *El sistema de satélites en la industria de las confecciones*. Bogotá: Universidad del Rosario, 1989.

Ariza, Angélica María. “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*. Amorrortu Editores: Buenos Aires, 2003.

Bourdieu, Pierre. “Estrategias de Reproducción y Modos de Reproducción”. *Colección Pedagógica Universitaria* 37-38 (2002): 1-21.

Bourdieu, Pierre. “Introducción: La razón del derecho: entre habitus y campo”. En *Poder, Derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer, 2000.

Bourdieu, Pierre. “La estructura del campo económico”. Barcelona: Anagrama, 2003.

“Bogotá Sin Fronteras. La Bogotá del tercer milenio/Historia de una Revolución Urbana”. 2008 (No 2).

Casalet, Mónica. “Redes empresariales y la construcción del entorno: nuevas instituciones e identidades”. En *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. Coordinador Enrique de la Garza Toledo. Fondo de Cultura Económico: México, 2003, 312-341.

Castel, Robert. “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*. (2008) Vol. 23, # 1. Págs. 21-54.

Coriat, Benjamin. “El taller y el cronómetro”. México D.F.: Siglo Veintiuno Editores, 1985.

Corredor, Consuelo. *Pobreza y desigualdad*. Bogotá: CINEP, 1999.

Cortés, Fernando. “Consideraciones sobre la Marginación, la Marginalidad, la Marginalidad Económica y Exclusión Social”. (2006). Documento online.

De Büren, Paula. “Sector Informal: Una aproximación teórica para su estudio en América Latina”. Págs 1-27. Documento Online.

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*. Coordinador Enrique de la Garza Toledo. Fondo de Cultura Económico: México, 2003, 619-643.

De Soto, Hernando. *El otro Sendero*. Perú: Instituto Libertad y Democracia, 1990.

Galeano, María Eumelia. *Estrategias de investigación social cualitativa*. La carreta editores: Medellín, 2007.

“Hallaron 3.600 cartuchos en una caseta de San Victorino”. Artículo online:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-49418>

Hart, Keith. “Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana”. En *The Journal of modern African studies*, 1973.

Hernández G. Joan y Frontodona F., Jordi. “Microclusters y el sector textil. El caso de Cataluña”. En Boletín Económico de ICE. No 2678 (2003): 27-34.

Herrera, J., Roubaud, 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.

Navia, José. “. “De la once a la trece: territorio de ‘ratas’ y Cementerio de vivos”.

Documento online. [http://www.eltiempo.com/blogs/blog\\_jose\\_navia/2008/10/de-la-once-a-la-trece-territor.php](http://www.eltiempo.com/blogs/blog_jose_navia/2008/10/de-la-once-a-la-trece-territor.php)

Ocampo, José A. “Cincuenta años de la CEPAL”. Artículo online. Disponible en

<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/19371/ocampo.htm>

Pok, Cynthia., y Lorenzetti, Andrea. “El abordaje conceptual-metodológico de la informalidad”. *Laboratorio* No 8 (2007): 5-15.

Portal Web [http:// www.bves.com.sv](http://www.bves.com.sv)

Portal Web <http://www.ccb.gov.co>

Portal Web <http://www.dane.gov.co>

Portes, Alejandro. “Entorno a la Informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía regulada”. México: FLACSO, 1995.

Portes, Alejandro., y Haller, William. *La economía informal*. Santiago de Chile: CEPAL, 2004.

Penagos, Catalina. “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.

Prieto, Carlos. “Trabajo y orden social: de la nada a la sociedad del empleo (y su crisis)”.

Rojas, D., y Reverón, A. “Plaza de San Victorino: punto de encuentro y lugar intercambios”. (1998). Documento encontrado en Biblioteca Luis Ángel Arango.

Rothery, Brian y Robertson, Ian. “*Outsourcing*”, *La subcontratación*. México D.F.: Limusa, 2000.

Salas, Carlos. “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: 2006. Págs. 180-211.

Uribe, J., y Ortiz, C. “Una propuesta de conceptualización y medición del Sector Informal”. Cali: Universidad del Valle, 2004.

Wacquant, Loïc y Bourdieu, Pierre. “Respuestas por una antropología reflexiva”. México: Editorial Grijalbo, 1995.

Weber, Max. “Economía y Sociedad”. México: Fondo de Cultura económica, 2005.