

RINCÓN DEL AUTOR

Gamarrita rural

RICHARD

WEBB

*Director del Instituto**del Perú de la USMP*

Hace medio siglo, la comunidad de Huasicancha en Junín hacía noticia con una invasión de tierras de una hacienda vecina. Fue antes de la reforma agraria, cuando los actos de fuerza parecían ser el único camino para el progreso de las mayorías empobrecidas, incluso para una población conocida por su tradición innovadora y comerciante como es la cultura Huanca. Hace un cuarto de siglo, terroristas dinamitaban maquinarias para el procesamiento de productos lácteos, vehículos, ganado reproductor y otras inversiones efectuadas en las comunidades de la zona. Hoy, el distrito cuenta con un nivel de desarrollo humano “medio alto”, según la ONU. En las elecciones locales del 2011, un candidato distrital se quejó de que el 14% de los hogares aún no tenía electricidad. Y hace cuatro años, el distrito creó su página web. Al final, el avance no vino por la violencia sino por la suma multiplicada de pequeños esfuerzos empresariales, mayormente de empresas familiares, aunque también de algunas empresas comunales.

Hace ya una década, la antropóloga Ethel del Pozo señaló cómo las comunidades estaban cediendo el paso a la iniciativa individual en el altiplano de Puno; el capitalismo comunitario venía siendo reemplazado por un “capitalismo familiar”, liderado por comuneros más jóvenes, con mejor educación y mayor disposición para el cambio productivo. Hoy, ese florecimiento emprendedor está a la vista en toda la sierra y montaña, donde se establece la pequeña empresa como forma dominante de organización de la actividad económica. La mayor libertad de iniciativa está reflejándose en una multiplicación de los rendimientos de productos tradicionales –como la papa, el maíz y la cebada–, pero también en la experimentación con una gran diversidad de nuevos productos del campo. En la mayoría de los casos –tanto en la agricultura como en las actividades comerciales, de transporte, de pequeña manufactura y de múltiples servicios–, el motor del cambio no es la comunidad tradicional, ni menos la empresa formal, sino la pequeña empresa informal.

En 1986, Hernando de Soto, Enrique Gherzi y Mario Ghibellini llamaron la atención sobre la pequeña empresa informal, “que trabaja duro, es innovadora y ferozmente competitiva”. En conjunto, la actividad de esas empresas representaba un camino que ellos bautizaron como “el otro sendero”, por representar una alternativa de progreso sin violencia. Pero los ejemplos que describieron –el transporte informal, los ambulantes y los mercados informales– fueron urbanos. De haberse escrito hoy, probablemente incluiría como capítulo central el dinamismo de la pequeña empresa rural.

El cambio organizativo rural va acompañado de un cambio cultural, con la entusiasta adopción del lenguaje, las formas y los valores del empresario urbano. En los lugares más perdidos de la sierra, los campesinos compran los libros de psicología empresarial de autores como David Fishman, como pude constatar en las alturas de la provincia de Chumbivilcas. Los vendedores ambulantes de la avenida Javier Prado en San Isidro venden los mismos libros. Otro ícono de esa nueva cultura emprendedora es Gamarra, como se descubre en la feria semanal del poblado de Paucarará, en Huancavelica, donde una sección de vendedores se autodenomina “Gamarrita”.