



**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS
SOCIALES**

-SEDE ACADEMICA ARGENTINA-

**PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS
SOCIALES**

TITULO DE LA TESIS: Cambios culturales en la organización económica ubicada en medios sociales urbanos pobres. Estudio de casos de las organizaciones económicas de la comuna de Huechuraba, Región Metropolitana, Chile.

AUTOR: Mg. Nicolás Gómez

DIRECTOR: Dr. Floreal Forni

FECHA: Marzo de 2010

Resumen

Este informe expresa el conocimiento logrado en el estudio sobre la cultura de las organizaciones económicas ubicadas en el medio social urbano pobre de la comuna de Huechuraba de la Región Metropolitana de Chile.

El estudio utiliza un diseño de investigación comprensivo y los datos son contruidos gracias a dos casos seleccionados teóricamente, a saber: “Carrito” y “Cachurero”, los cuales han trazado una trayectoria caracterizada por la variación en la administración de sus recursos humanos y materiales.

En el transcurso de la investigación respondemos tres preguntas: ¿Qué relaciones sociales de los trabajadores de las organizaciones económicas, les han permitido aprehender la diferencia entre: inversión y ahorro, donación y crédito y competencia y cooperación?, ¿Qué variables ellos toman en cuenta para fijar los precios?, y ¿Qué dimensiones de la cultura de las organizaciones económicas les facilitan incorporarse a las relaciones de abastecimiento o comercialización?

A nivel teórico sostenemos que la cultura de estas organizaciones es una conformación que regula la generación y atribución de sentido a lo económico, gracias a lo cual se resuelven las tensiones del trabajo en “lo propio” en una red profunda que llamamos ecúmene mercantil.

Al final concluimos que la cultura de estas organizaciones económicas es un despliegue de la cultura de la “población” en donde existen, la cual se expresa como “saber hacer negocio”; y que esa manera de asumir lo económico contribuye a definir una comunidad efectiva que se mantiene por las relaciones de reciprocidad de los casos estudiados.

Summary

This report expresses the knowledge obtained during the study on the culture of economic organizations located in the poor social urban area of Huechuraba in the Metropolitan area of Chile.

The study uses a comprehensive investigation design and the data is built thanks to two cases selected theoretically: “Carrito” (little car) and “Cachurero” (trash collector), which have established a trajectory characterized by the variation in the administration of their human resources and materials.

During the investigation we answer three questions: What type of social relationships has allowed the personnel in the economic organizations to learn the difference between: investment and savings, donation, credit, competition, and cooperation? What variables do they take into account when applying pricing? and what cultural aspects of the economic organizations facilitate their incorporation to the supplying and commercialization relationships?.

At the theoretical level we state that the culture of these economic organizations is an entity that regulates the generation and attribution of economic sense, thanks to which, work tensions are resolved appropriately in a solid network called mercantile equality.

At the end we concluded that this economic organizations is a cultural reflection of the “población” (neighborhood) where they exist, which is expressed as “saber como hacer negocio” (knowledge of how to do business) and that way of assuming the economical aspects contribute to the defining of an effective community which is maintained by the relationships and reciprocity of the cases that have been studied.

Índices

Índice del texto principal

Presentación	1
Introducción	7
Observaciones sobre lo económico en el medio social urbano pobre	7
Marco conceptual	22
La producción de lo económico en la organización	22
Diseño de investigación	33
Delimitación de casos según muestreo teóricos	34
Técnicas y herramientas	52
Análisis de datos	62
Los “pobladores”	79
a. Las relaciones de reciprocidad de la “toma”	79
b. Los “pobladores” y su sociabilidad económica	91
c. Los “pobladores” y su capital social político	96
d. Los “pobladores” y las tensiones de su sociabilidad	110
La cultura económica del trabajo en “lo propio”	118
a. La cultura económica como “saber hacer negocio”	118
b. La creación del valor en el “saber hacer negocio”	131
c. La [convivencia en el negocio] como causa del “saber hacer negocio”	138
d. [Cliente Trabajador] y [Colero Trabajador]	154
e. Trabajo en [lo ajeno]	163
f. La [convivencia] entre organizaciones económicas	166
Los usos sociales del “saber hacer negocio”	177
La “cuenta”	177
“La polla”	181
“El fondo”	189
El “sindicato”	192
“La Feria”	205
Las posesiones simbólicas de las organizaciones económicas	213
Conclusiones	229
Las cualidades de la cultura económica de la organización	229
La innovación en la cultura de las organizaciones económicas	234

La comunidad efectiva de los “negocios”	237
Bibliografía	241
Anexo 1: Triangulación de información	
Anexo 2: Definición de palabras usadas por los entrevistados	

Índice de tablas

Relaciones sociales y participación en el “carrito”	36
Relaciones sociales y participación en el “negocio” del “cachurero”	41
Resumen de entrevistas dedicadas a trabajar el caso del “carrito”	56
Resumen de entrevistas dedicadas a trabajar el caso del “cachurero”	56
Resumen de entrevistas de triangulación de información	57
Resumen de entrevistas abocadas a la triangulación de categorías de análisis	59
[Clientes trabajadores]	155
No [Cliente trabajador] y [Coleros trabajadores]	157

Índice de croquis

Ubicación del “puesto” del “carrito”	38
Distribución de los lugares del “carrito”	39
Ubicación del “puesto” de Marco o “Charly” en “la cola”	43
La composición de la “asamblea” del “sindicato”	202
La disposición de los “puestos” de los “coleros”, identificación de los “puestos” de los miembros de la directiva del “sindicato” y del “puesto” estudiado.	217

Índice de cruce axial

“Saber hacer negocio”	69
-----------------------	----

Índice de topología del discurso

Diferencias entre organizaciones económicas	70
[Cohabitación con hitos de arraigo]	71
“Así es el comercio”	72
Arreglos de la reciprocidad colectiva	72
La [convivencia en el negocio] como causa del “saber hacer negocio”	73
“Saber hacer negocio”	75
Ambientes sociales de la creación del valor	76
Cliente trabajador y Colero trabajador	77
En [lo ajeno] en “lo propio”	77
“El puesto”	78

Índice de gráficos

Participación en problemas administrativos: “Cachurero”	160
---	-----

Participación en los problemas de producción: “Carrito”	161
Participación en los problemas de producción: “Cachurero”	161
Participación en los problemas de inversión: “Carrito”	162
Participación en los problemas financieros: “Cachurero”	162
Composición de los compradores del “carrito”	168
Índice de ilustraciones	
“Carrito”	38
“Puesto” del “cachurero” en la “cola”	42
“Carrito”	218 – 219
“Carritos” en la “muni”	221
“Cosas” a la venta	222
“Libro” de “cuentas”	224
[Desmonte] del “carrito”	225 - 226