

Unicachi: Capitalismo andino en Lima

Unicachi es un pequeño distrito de Puno, a orillas del lago Titicaca. Muchos de sus pobladores emigraron a Lima hace más de 30 años en busca de nuevas oportunidades. Ellos se instalaron en emporios comerciales como el mercado mayorista de La Parada, y, con el correr de los años, acumularon el capital necesario para establecer negocios independientes.

Formaron una asociación de migrantes unicachinos para conservar las costumbres, danzas, celebrar sus fiestas patronales y ayudar a su pueblo. Durante el segundo lustro de los 90, un grupo de ellos sintió que podía hacer más. Así, se juntaron varios líderes y jóvenes profesionales aimaras para formar Inversiones Unicachi. Entre 29 accionistas reunieron US\$720 mil con los que compraron un terreno en Caquetá, donde desarrollaron su primer proyecto comercial. Al comprobar que era una forma efectiva para crecer, decidieron impulsar diversos proyectos en Comas, La Victoria, Villa el Salvador y San Martín de Porres.

La millonaria inversión en cada uno de sus proyectos involucra a cientos de comerciantes. En el último, “El Megamercado Unicachi”, en Comas, participan 495 comerciantes que están construyendo un mercado de 50 mil metros cuadrados con una inversión de S/.15 millones.

Lo extraordinario del caso es que todos estos proyectos colectivos son fruto del capitalismo popular. Decenas o centenas de comerciantes unicachinos y amigos de ellos invierten en cada uno de los emprendimientos. Se defienden grupalmente ante el crecimiento de las tiendas de departamentos y de los supermercados, construyendo galerías y mercados de abastos más ordenados y seguros. De este modelo de emprendimiento popular podemos extraer importantes enseñanzas de comportamiento socialmente responsable que pueden ser utilizados por otras empresas.

En primer lugar, es destacable el nivel de confianza mutua que existe entre los accionistas y los administradores. Esta confianza se respalda en mecanismos de gestión y autorregulación ligados a prácticas ancestrales como el ayni (dar y recibir para contribuir a un bien común) y la reciprocidad. Cada vez desarrollan proyectos más ambiciosos y no terminan como otras iniciativas populares, en medio de conflictos o problemas judiciales.

En segundo lugar, se demuestra que para fomentar la inclusión social y ampliar mercados, debemos ser creativos; en la mayoría de los casos, se utilizan sistemas de financiamiento *ad hoc* y estrategias de marketing no tradicionales. En tercer lugar, emprendimientos colectivos de sectores emergentes como este ayudan a mejorar la percepción que se tiene sobre las empresas en los sectores populares, pues se sienten identificados con el éxito de otros migrantes.

Con esta manera de hacer negocios ganan los clientes, pues tienen mejores centros comerciales en las zonas donde viven; el gobierno,

pues este tipo proyectos propician la formalización de los microempresarios; los accionistas, pues tienen un lugar para desarrollar sus actividades comerciales en mejores condiciones, y la comunidad, pues se crean miles de puestos de trabajo.

Unicachi en el 2005	
Sector	Inmobiliario y Comercio
Megamercado Unicachi – Comas	Formada por 280 unicachinos Reunieron US\$ 4 millones
Plaza Unicachi SMP	Formada por 29 accionistas Reunieron US\$ 720,000
Centro Comercial Unicachi-Lima Centro	Formada por 400 unicachinos Reunieron US\$ 4 millones con el Banco Financiero
Mercado Mayorista Unicachi-Retablo Comas	Formada por 495 unicachino Reunieron S/. 15 millones
Otros proyectos	Mercado Mayorista unicachi-Lima Sur Supermercado Unicachi- La Victoria
Total de proyectos	8 con un valor de terrenos e infraestructura de US\$ 50 millones