



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Una propuesta de lineamientos para el desarrollo de una identidad corporativa. Caso Galerías Plaza Real

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Comunicación

Claudia Sofia Cárdenas Merino

Revisor:
Mgtr. Álvaro Ignacio Montúfar Calle

Piura, setiembre de 2021



Dedicatoria

A mis padres, Ronald y Marleny.

Por el amor y por haberme dado la motivación para convertirme en un buen ser humano y una buena profesional, en constante aprendizaje.

A mis hermanos, Ronald y Natalia.

Por haberme dado su apoyo y comprensión, y por enseñarme con el ejemplo a dar mi mejor esfuerzo en lo que me embarque.

A mis hermanos, Ariana, Franco e Ivana.

A quiénes espero inspirar con este trabajo, si alguna vez lo leen.

A Diego.

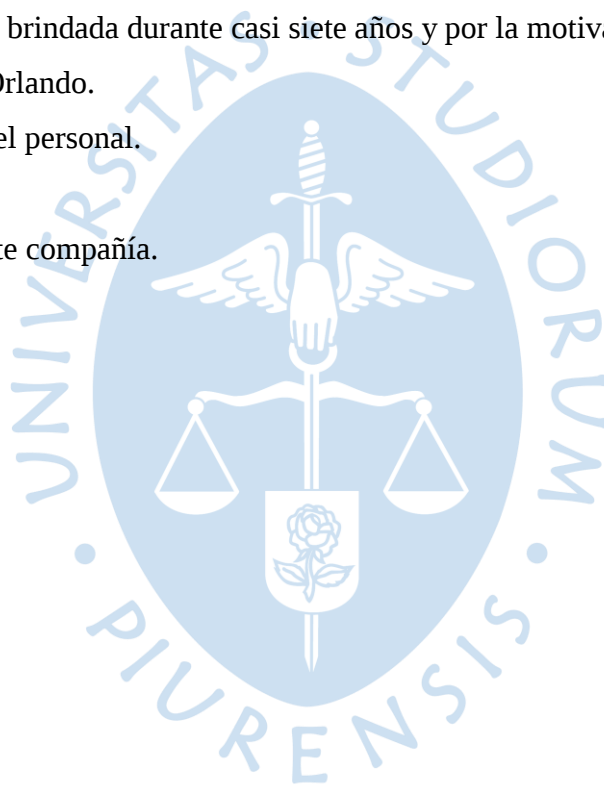
Por toda la paz brindada durante casi siete años y por la motivación infinita.

A mi abuelo, Orlando.

Por ser mi ángel personal.

A Coco.

Por su constante compañía.





Agradecimientos

A todos los arrendatarios de Galerías Plaza Real, sin los que no hubiera sido posible este trabajo.

A Melissa, en especial, por todo el apoyo y los ánimos que me ayudaron a culminar esta investigación.

A Natalie, por su eterna amistad y por la inspiración que siempre me da para mejorar personal y profesionalmente.

A Omayra y Evelyn, por su apoyo.

A mi familia, por haberme confiado su empresa como objeto de estudio de esta investigación, a la que espero aportar para conseguir el sueño que compartimos.

A mi asesor, por la exigencia y la guía brindadas.





Resumen

Hoy en día, las empresas han comenzado a poner una especial atención sobre la relevancia de tener una identidad corporativa establecida. Este panorama es distinto en el ámbito de las micro y pequeñas empresas, donde este constructo es ajeno a los asuntos importantes a tratar en su agenda empresarial.

En este marco se desenvuelve Galerías Plaza Real (GPR), una microempresa familiar dedicada al servicio de arrendamiento de locales comerciales desde el 2009, ubicada en una de las zonas más relevantes para el comercio del distrito de Catacaos, Piura.

La empresa no cuenta con una identidad corporativa definida, carece de misión, visión y valores organizacionales. A pesar de ello, ha conseguido forjar el reconocimiento en su comunidad y la permanencia del 20 % de sus arrendatarios, los que la acompañan durante más de la mitad de su existencia como organización.

La presente investigación tiene como objetivo diagnosticar a la empresa en cuestión para obtener unos lineamientos generales que permitan la formulación de su identidad corporativa. De manera que sea posible, para la organización, alinear todas sus manifestaciones y prácticas a su identidad y optimizar esfuerzos de comunicación. Para ello, se seguirá un enfoque cualitativo aplicando entrevistas en profundidad semiestructuradas que permitirán una ejecución más libre de los cuestionarios.

A través de las entrevistas a los fundadores y a los arrendatarios más antiguos, el estudio determinó que GPR posee una identidad difusa, pero con valores fuertemente arraigados desde la familia fundadora hasta sus arrendatarios, además de una filosofía compartida por su público más importante.



Tabla de contenido

Introducción.....	15
Capítulo 1 Antecedentes, historia y contexto de la organización.....	17
1.1 Sobre la zona comercial de Catacaos.....	17
1.2 Sobre Galerías Plaza Real.....	17
1.2.1 <i>Situación de Galerías Plaza Real</i>	19
Capítulo 2 Actores y problemática en el campo de la comunicación	23
2.1 Fundadores.....	23
2.2 Clientes	24
2.3 La identidad en una organización.....	25
2.3.1 <i>Sobre la identidad corporativa</i>	25
2.3.2 <i>Existencia de la identidad corporativa</i>	27
2.4 La importancia de tener una identidad corporativa definida y conocida.....	28
Capítulo 3 Metodología de investigación.....	31
3.1 Planteamiento metodológico	31
3.2 Objetivos de la investigación.....	31
3.3 Universo.....	31
3.3.1 <i>Público 1</i>	31
3.3.2 <i>Público 2</i>	31
3.4 Entrevistas en profundidad	32
3.4.1 <i>Entrevistas en profundidad al público 1</i>	32
3.4.2 <i>Entrevistas en profundidad al público 2</i>	33
Capítulo 4 Presentación y análisis de resultados.....	35
4.1 Resultados del diagnóstico	35
4.1.1 <i>Resultados de entrevistas en profundidad</i>	36
4.1.2 <i>Análisis de las entrevistas al público 1</i>	43
4.1.3 <i>Análisis de las entrevistas al público 2</i>	45
4.2 Lineamientos para la formulación de la identidad corporativa de Galerías Plaza Real .	48
Conclusiones	53
Lista de referencias	55
Apéndices	57
Anexos	61



Lista de tablas

Tabla 1 Ficha técnica de las entrevistas en profundidad al público 1	32
Tabla 2 Ficha técnica de las entrevistas en profundidad al público 2	33
Tabla 3 Ideas centrales de las entrevistas en profundidad del público 1.....	36
Tabla 4 Ideas centrales de las entrevistas en profundidad del público 2.....	38





Lista de figuras

Figura 1 Porcentaje de ocupabilidad de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021.....	18
Figura 2 Croquis de ubicación de Galerías Plaza Real	19
Figura 3 Antigüedad de los arrendatarios de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021	20
Figura 4 Tipos de negocio según giro comercial de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021	21





Introducción

En las últimas décadas, la identidad corporativa (IC) se ha convertido en una clave para el desempeño exitoso de las empresas. Esta idea ha calado en las grandes organizaciones a nivel mundial y nacional. Ahora mismo, está cobrando importancia incluso en las empresas más pequeñas de los mercados locales, sin embargo, aún hay mucho trabajo por hacer. Las empresas locales que se preocupan por entender y tener una IC son muy pocas aún. Las pequeñas empresas muy pocas veces toman en cuenta o no asumen aún el rol clave que juega la IC en el desempeño de una organización.

En este panorama, las pequeñas organizaciones han comenzado a adoptar acciones de comunicación de manera autónoma, sin una identidad previamente definida. Para Oliver y Vough (2019), incluso las acciones que realiza una empresa en sus primeros años tienen un impacto importante en cómo se forma la IC. Es aquí donde su rol cobra valor, salta a la vista que para que las primeras acciones estén alineadas a lo que es la empresa, debe establecerse antes una IC.

Como explica Meza (2017), la identidad constituye el elemento más relevante de una organización y es en ella donde está la esencia de la misma. Por eso, antes de realizar esfuerzos en recursos y acciones de comunicación en general, se considera que lo primero y más importante es tener una IC definida y conocida que encierre la esencia de la organización y con la que se presente ante sus distintos grupos de interés internos y externos.

Por lo anterior, este trabajo pretende realizar un diagnóstico de IC de la empresa Galerías Plaza Real (GPR), ubicada en la provincia de Catacaos, en Piura. Empresa que, a pesar de sus casi 12 años en el mercado local, no tiene clara su IC, como la mayoría de las microempresas y pequeñas empresas de la comunidad.

El objetivo que se persigue es diagnosticar a la empresa cataquense GPR para obtener los pilares distintivos que permitan construir su identidad corporativa, y como segundo paso, proponer unos lineamientos que se deberán seguir para su desarrollo. Al alcanzar estos objetivos, se espera que este estudio fomente la formulación de la IC de la empresa a corto plazo y, con ello, impactar a largo plazo y de manera positiva a su imagen, cultura organizacional, reputación y comunicación en general.

Para lograr este objetivo se empleará una metodología cualitativa, a través de la herramienta de entrevistas en profundidad semiestructuradas, la que se aplicará en dos públicos relevantes para la marca: los fundadores y los arrendatarios. Ambos públicos, en su historia, guardan experiencias y conocimiento valioso para la potencial identidad corporativa de GPR.



Capítulo 1 Antecedentes, historia y contexto de la organización

1.1 Sobre la zona comercial de Catacaos

Catacaos es una ciudad de gran importancia cuando se habla de arte y cultura en Piura, y es uno de los distritos más antiguos de la región. Este año cumplió 196 años desde su creación como distrito, de acuerdo a El Regional (2021). Está ubicado en el lado sudeste de Piura provincia (Municipalidad Distrital de Catacaos, 2011), y tiene una población estimada de 80950 personas, al año 2020 (INEI, 2020).

La urbanización de la ciudad crece moderadamente hacia la carretera que lo conecta a Castilla y su crecimiento es menos dinámico en comparación a las ciudades vecinas (Municipalidad de Catacaos, 2021). Por otro lado, es relevante mencionar que, además, Catacaos es el cuarto distrito con mayor ejecución de inversión gubernamental entre los años 2014 y 2016 (INEI, 2017). En un distrito floreciente como Catacaos, este crecimiento urbano y la inversión por parte del gobierno conllevan a un aumento del empuje emprendedor en la zona.

En Piura, en general, el 98% de las empresas tienen de cinco a menos trabajadores (Municipalidad Provincial de Piura, s. f.), es decir, son microempresas. Los emprendedores y pequeñas empresas de Catacaos se dedican, en su mayoría, al comercio artesanal. La calle Comercio reúne a diversos artesanos y alfareros del distrito y pueblos cercanos, tiene ya más de dos siglos de historia, de acuerdo a El Comercio (2014). Sin embargo, a pesar de ser el estilo de comercio más famoso de Catacaos, no es el único.

Si bien Catacaos se destaca por su actividad artesanal, el comercio menor tiene un importante impacto en su economía, y este se desarrolla en el mercado central del distrito, así como en la avenida Cayetano Heredia (Municipalidad de Catacaos, 2021). El comercio no artesanal se ha desarrollado en el mercado de Catacaos desde hace 60 años, según la Municipalidad Distrital de Catacaos (2011).

En los últimos años, el comercio menor ha crecido y se ha extendido a zonas aledañas debido al aumento de emprendimientos comerciales. De acuerdo a la Municipalidad de Catacaos (2011), la mayoría de las microempresas en Piura son familiares y suelen desarrollarse en la propia vivienda del conjunto familiar. El caso de estudio de la presente investigación involucra, precisamente, a una familia microempresaria.

1.2 Sobre Galerías Plaza Real

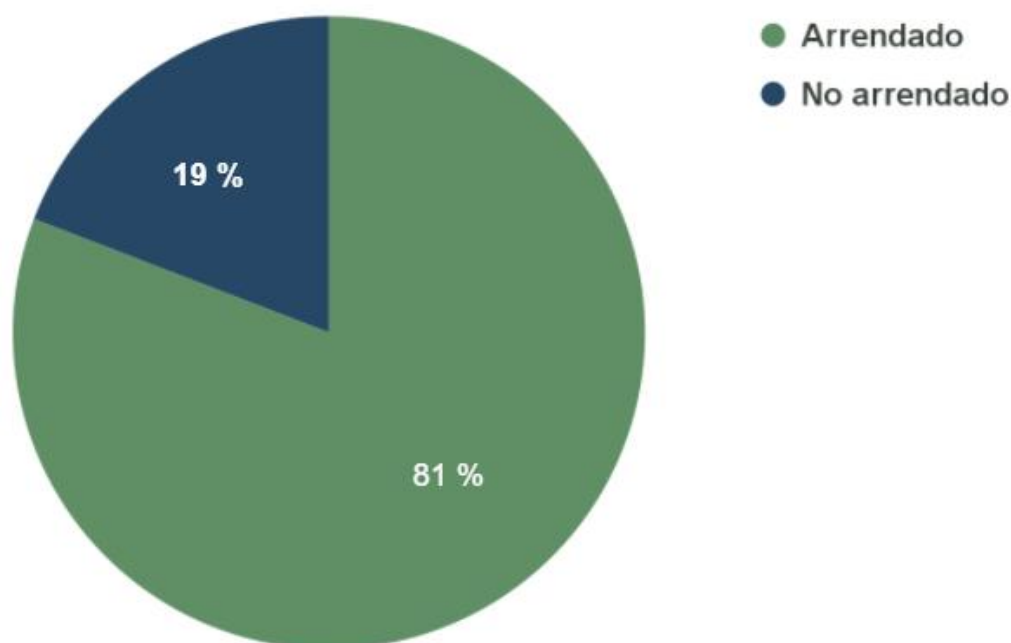
La familia fundadora, conformada por Ronald Cárdenas (padre), Marleny Merino y Ronald Cárdenas (hijo), llegó al distrito de Catacaos en el 2001, con la consigna de echar raíces en un terreno adquirido el mismo año. Pasaron ocho años para sentar las bases de lo que

sería una casa para diversos emprendimientos y que representó la extensión de una de las zonas más comerciales del distrito.

Galerías Plaza Real (GPR) fue fundada en Catacaos, en la provincia de Piura, el 15 de agosto del 2009 por la familia Cárdenas Merino. La microempresa GPR se dedica al servicio de arrendamiento de locales comerciales. Inició actividades con 15 locales comerciales y en la actualidad cuenta con 54, de los cuales el 81 % se encuentra arrendado (Figura 1).

Figura 1

Porcentaje de ocupabilidad de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de la data de Galerías Plaza Real.

Después de 12 años, la empresa carece de una estructura u organigrama donde se especifique la función de los colaboradores. Al tratarse de una empresa familiar, se identificó que la responsabilidad de todas las coordinaciones, finanzas, cumplimiento de los reglamentos y medidas de seguridad, seguimiento de financiamiento para mejoras de la estructura y otros temas, recae sobre un solo encargado, Ronald Cárdenas Merino, fundador e hijo de los dueños.

Además, no existen áreas definidas, los dueños Marleny Merino y Ronald Cárdenas padre se encargan de supervisar ocasionalmente el estado de la empresa, y no cuentan con más trabajadores. Esta es una característica usual en las microempresas familiares de la región, el funcionamiento de la empresa recae en los miembros de la familia emprendedora.

1.2.1 Situación de Galerías Plaza Real

El nombre de la empresa surgió de la calle en la que se ubica, Jr. Real, con el paso del tiempo permaneció así. Hacia el año 2011, la organización tuvo la iniciativa de registrar la marca, sin embargo, el nombre era propiedad de otra empresa. Como consecuencia, hasta la fecha, no han registrado su marca, un tema pendiente de resolución para los fundadores.

La organización también se encuentra entre las calles Ica y Chorrillos (Figura 2), y colinda con el mercado de Catacaos. En la misma zona está ubicada la competencia de la empresa: Galería El Regalo, Galerías R&M y el mercado de Catacaos como competidor secundario.

Entre su competencia, resalta Galerías R&M por sus instalaciones, con una infraestructura moderna, sin embargo, poseen muy pocos espacios comerciales y, en su mayoría, ya están arrendados.

En cuanto a recordación, GPR sobresale por su nombre. En sus doce años de existencia, la organización ha logrado tener un cierto reconocimiento en la mente de los cataquenses, es usado a menudo como punto de referencia para ubicarse en la zona, y es conocido como lugar de alquiler de prendas para fiestas. Además, el metraje cuadrado de las instalaciones físicas de GPR es considerablemente mayor al de sus competidores.

Figura 2

Croquis de ubicación de Galerías Plaza Real



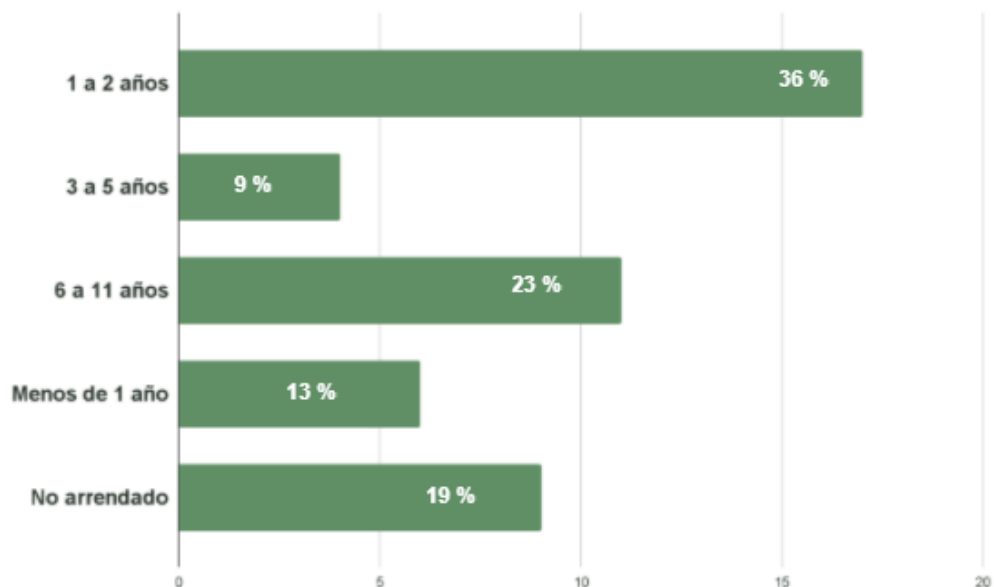
Fuente: Elaboración propia a partir de la ubicación de la empresa.

La ubicación del negocio le ha permitido sobrevivir a problemas económicos. Durante el confinamiento, la empresa perdió el 70 % de sus arrendatarios, lo que representó una grave caída para el negocio, R.-A. Cárdenas (comunicación personal, 28 de agosto, 2021).

En el 2020, luego del confinamiento en Perú, GPR reabrió el negocio con menos del 20 % de arrendatarios. Sin embargo, logró recuperarse debido a sus clientes más fieles y antiguos (Figura 3), ellos regresaron a los locales que arrendaban y luego llegaron más arrendatarios. Actualmente, con el 81 % de locales arrendados, GPR goza de cierta estabilidad económica, R.-A. Cárdenas (comunicación personal, 28 de agosto, 2021).

Figura 3

Antigüedad de los arrendatarios de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de la data de Galerías Plaza Real.

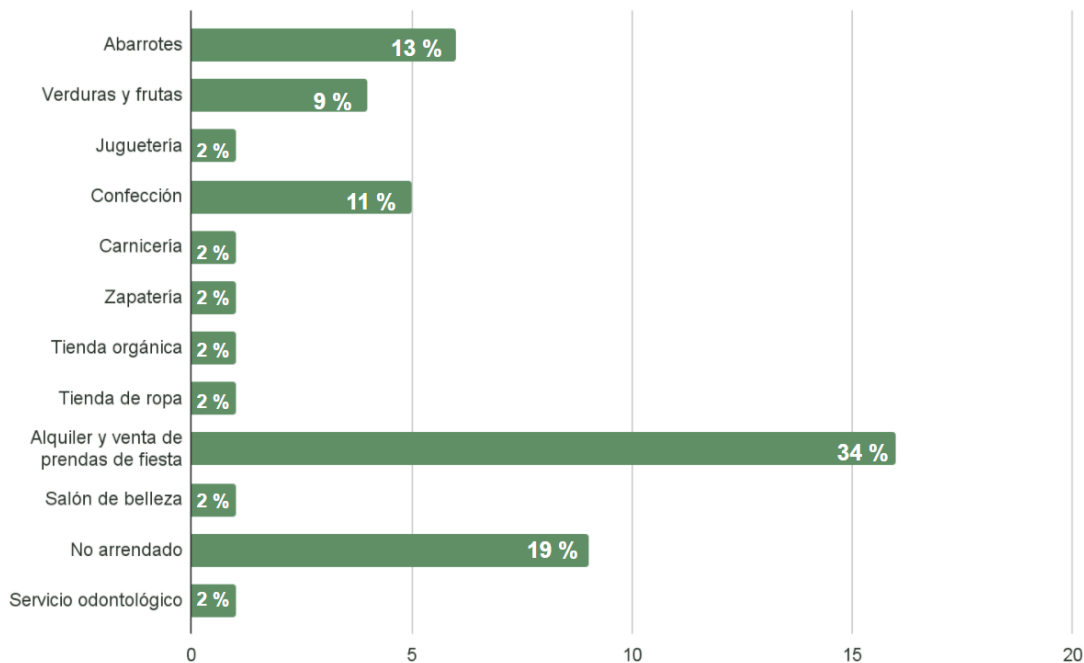
El 23 % de los arrendatarios de GPR tienen entre 6 a 11 años de antigüedad, esto ha generado una relación cercana entre ellos y la familia fundadora, debido al tiempo y a que se desenvuelven en un mismo espacio comercial. Este acompañamiento en la mayor parte de la historia de GPR, les otorga relevancia al momento de plantear el universo de estudio de la investigación.

Por otro lado, es válido resaltar que GPR reúne a una diversidad de emprendedores de diferentes giros comerciales. Los rubros en los que se desenvuelven los comercios son alquiler de prendas para fiestas, servicio de costura y elaboración de prendas, abarrotes, entre otros.

Los clientes finales a los que se dirigen son hombres y mujeres entre los 16 a 70 años. Cada rubro de negocio (Figura 4) tiene un tipo de consumidor diferente, sin embargo, estos no han sido perfilados ni estratificados.

Figura 4

Tipos de negocio según giro comercial de Galerías Plaza Real a setiembre del 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de la data de Galerías Plaza Real.

Se puede observar que el 34% de los locales comerciales se dedican al alquiler y venta de prendas de fiesta. Se correlaciona con el posicionamiento y la reputación que la empresa ha alcanzado: unas galerías que principalmente se dedican al alquiler de vestidos de fiesta para hombres y mujeres.

Sin embargo, no es determinante para el objetivo de la investigación. Si bien la reputación y el posicionamiento nacen desde la identidad de la organización, cuando no hay una identidad corporativa definida, existe cabida a la reflexión desde los fundadores sobre lo que son como empresa y lo que quieren llegar a ser. En el caso de GPR, esta identidad aún no se ha definido, y por lo tanto no se ha establecido quiénes son, ni a dónde van.

GPR, básicamente, carece de una identidad corporativa. La organización comercial no tiene una misión, una visión, ni valores establecidos. El objetivo del presente diagnóstico es, justamente, obtener unos lineamientos que permitan la formulación de una identidad corporativa para GPR.



Capítulo 2 Actores y problemática en el campo de la comunicación

Como se menciona en el capítulo anterior, la presente investigación tiene como finalidad diagnosticar a GPR para proponer unos lineamientos sobre la identidad corporativa (IC) de Galerías Plaza Real. Previo a ello, es necesario abordar la teoría sobre el campo a estudiar y los actores involucrados.

2.1 Fundadores

Cuando se analiza la IC de una organización, el punto de partida son los fundadores. En ellos recae la tarea de reflexionar acerca de quiénes son como empresa y a dónde van, cuáles son los valores que regirán sus acciones como empresa y que marcarán las relaciones que tengan con sus distintos públicos, tanto internos como externos.

El espíritu fundacional, que en ellos está presente, le otorga a la empresa su razón de ser y su personalidad, lo que se ve desde sus inicios. De acuerdo a Oliver y Vough (2019), los fundadores realizan acciones que involucran a distintos públicos, y que no han sido pensadas o sistematizadas, es aquí donde se ve la IC de una organización.

En otras palabras, la IC es visible en aspectos como la comunicación que ellos manejan con sus clientes, en la forma de hacer negocios con sus proveedores o en características del lugar donde se realizan las acciones de la empresa. En el caso de GPR, su identidad se puede percibir en la relación que los fundadores tienen con sus arrendatarios, en el sistema de cobranza que manejan o en cualquier acción que los involucre.

También es posible que se perciba la IC en la relación que tienen los dueños fundadores con el único trabajador con el que cuentan, su propio hijo, quién se encarga de las operaciones de la empresa. Dicha relación se ha transformado a lo largo del tiempo, por lo tanto, es posible que la identidad, aún indefinida, se haya transformado a la par. Oliver y Vough (2019), sostienen que la identidad evoluciona en paralelo a cómo se desarrolla el trabajo entre los fundadores y sus empleados.

Se entiende que la relación entre los fundadores y su hijo es relevante para la definición de la IC de GPR y, en su calidad de familia, merece consideración. Zellweger et al. (2011) sostienen que el análisis de la identidad organizacional en empresas familiares requiere una especial atención, pues sus motivaciones no pueden ser analizadas desde la teoría económica tradicional, ya que van más allá de ello y difiere en cada caso.

Para los autores, una organización familiar debe ser analizada con sumo cuidado y con una atención distinta a cómo se analizan otras organizaciones. Ello debe considerarse en el momento de aplicación de la metodología, la herramienta de investigación que se utilice debe emplearse con una mirada distinta, considerando la naturaleza familiar de los fundadores.

“En particular, la creencia es que la familia propietaria, y especialmente los miembros fundadores, desarrollan la identidad empresarial en función de sus propios valores, puntos de vista y otras características únicas” (Wielsma y Brunninge, 2019, p. 3). Es decir, cuando una organización es familiar, su forma de ser tiene rasgos fuertemente conectados a la familia fundadora.

La familia Cárdenas tiene ciertos valores, actitudes, ideas y características que ha transmitido desde el seno familiar hacia el negocio que operan. El conjunto de rasgos pertenecientes a la familia fundadora es, de cierta forma y en cierta medida, parte de la IC de GPR. Incluso, las motivaciones que la familia tiene desde un inicio influyen en la identidad de la empresa.

Cuando una empresa es familiar también suele orientarse a metas no financieras motivados por constructos abstractos como la reputación y la identidad, pues el nombre de su familia está involucrado directamente en las acciones organizacionales (Zellweger et al., 2011).

La naturaleza familiar que tiene una organización le da una motivación o impulso distinto al negocio. La familia se mueve por el interés de forjar una buena reputación entre sus conocidos y la comunidad en la que opera su negocio. En lugares como Catacaos, cobra sentido lo que los autores sostienen, debido a la cercanía que presentan las familias empresarias en la comunidad.

En el caso de investigación en particular, podemos identificar que, al ser una empresa pequeña y familiar, las razones que los mueven pueden estar estrechamente relacionadas a motivaciones abstractas de las que no son conscientes.

2.2 Clientes

En el rubro de los centros comerciales, cuando una empresa debe identificar a sus clientes, existen dos tipologías: los arrendatarios del espacio comercial y los clientes finales que ingresan a realizar compras y a gozar de momentos de esparcimiento.

Para el propósito de investigación, formular una propuesta de IC para Galerías Plaza Real, se considerará a los arrendatarios como parte del estudio. La razón, en particular, se debe a que el 23 % de ellos ha acompañado a la empresa entre 6 a 11 años, la mitad o casi todos los años desde su creación. Este grupo guarda conocimiento de la historia de GPR, por tanto, tienen un entendimiento inconsciente de los rasgos característicos de la IC.

Otra razón por la que se considera a los arrendatarios, como parte de la investigación, es debido a que este público realiza sus actividades diarias dentro de los límites físicos de la empresa y hay una suerte de convivencia.

Esto le otorga relevancia a la estrecha relación entre los arrendatarios y los fundadores, y los vuelve prioritarios para el estudio. También les brinda pertinencia dentro de las consideraciones para la formulación de la IC. Para Simões y Sebastiani (2017), una organización debe presentarse de manera consistente ante sus *stakeholders* porque repercute a la perspectiva de la IC que ellos tengan.

La idea que los arrendatarios tengan sobre GPR repercute en su identidad, en especial si se trata de arrendatarios que tienen varios años de relación con la empresa. Por esta razón se le considera como parte de la investigación.

2.3 La identidad en una organización

Antes de establecer la metodología, es fundamental aproximarnos a algunos basamentos teóricos disponibles sobre la IC en una organización.

2.3.1 Sobre la identidad corporativa

El discurso sobre lo que es la identidad corporativa para una empresa es vasto. La mayoría de estudiosos comenzaron por definir lo que era la identidad en solitario, luego se centraron en la identidad corporativa en sí misma, sin embargo, no existe un concepto absoluto que la defina.

Duque y Carvajal (2015) la definieron como la esencia, el *core* de la organización, precisamente lo que la hace única y distinta a las demás. De esta primera definición, se entiende que la IC es el alma de la organización y que en ella está la sustancia que la diferencia de otras empresas.

En el reconocimiento de la identidad está la clave para la diferenciación, la IC juega un papel importante en las estrategias que una empresa como GPR decida emplear para destacar por sí misma desde su esencia, por ello es necesario formularla.

La IC también ha sido definida como la piedra fundamental en la que se sustenta cada aspecto valioso de una empresa, desde su diferenciación hasta su representatividad (Balmer y Podnar, 2021).

Se puede establecer que la IC es la base de todo lo que sostiene a una empresa, es la médula estructural sobre la que desarrolla sus actividades, con ella es posible forjar un estilo de hacer negocio. Ese estilo será reconocible en cuanto esté embebido en la esencia de la organización.

Oliver y Vough (2019) definen a la IC como las manifestaciones de una empresa, sostienen que en las acciones o prácticas del día a día está la identidad de la misma. Es decir, se puede percibir en el funcionamiento mismo de la empresa.

Para los autores, la identidad está en cada actividad que una empresa realiza, ya sea desde la contratación de sus colaboradores, hasta el trato que manejan con el personal de limpieza. En cada manifestación de la empresa se puede reconocer su identidad, se puede percibir en la vida de la empresa.

Carrero (2019) coincide en que la IC está en la vida misma de la empresa, en su forma de ser, en sus años de historia e incluso en la manera de comunicarse entre sí que tienen sus grupos de interés internos.

Es claro que la identidad tiene distintas formas de manifestarse y de reconocerse cuando se analiza en una empresa. Todas las maneras de presentarse que tiene la identidad están unidas por la esencia de la organización, atienden a su personalidad y su razón de ser.

Si bien la teoría indica que la IC es la esencia de la empresa, cuando se habla de ella en la práctica, la esencia no siempre permanece inamovible y estática. La realidad que atraviesan muchas empresas con una identidad definida es que puede mantenerse sólida, pero también puede cambiar a lo largo del tiempo (Flint, Signori y Golicic, 2018).

En tal caso, la identidad corporativa presenta una cualidad evolutiva, se transforma con el pasar de los años. Se debe dar una especial atención a esa evolución que pueda presentar para determinar qué tanto varía de la IC preestablecida. Flint et al. (2019) sugieren que se realice un análisis cada cierto tiempo para determinar que aquellos cambios por los que atraviesa estén acorde a la identidad de la empresa.

Es necesario vigilar que la identidad permanezca leal a la esencia de la empresa, sin embargo, no es posible evitar que mute. Estos cambios que presente deben también atender, en parte, a la esencia.

Para Devereux et al (2020), es necesario tanto tener una IC sólida como también desorientarse un poco de la misma, de esta manera se pueden encontrar diferentes atributos de la identidad que antes no se pudieron considerar, al tener una identidad rígida.

Es decir, es posible hallar ventajas en la desorientación de la identidad corporativa, es una manera de encontrar nuevos caminos o posibilidades que emerjan de esa transformación por la que atraviesa. Lo cual no sería posible si no se tuviera una identidad definida de la cuál partir.

Se entiende que para poder tener un control sobre los cambios que tendrá la esencia de una organización y poder alinear las acciones a ella, es necesario saber cuál es la identidad corporativa de esa organización. Duque y Carvajal (2015) coinciden, los autores sostienen que lo primero y crucial para una empresa es establecer la identidad para poder hacerla de conocimiento de los grupos de interés tanto internos como externos.

Sin una identidad definida, la organización y sus distintos públicos no tienen claras sus motivaciones y no pueden reconocerse de manera diferenciada. Este sería el punto de partida ideal para toda organización.

2.3.2 Existencia de la identidad corporativa

Cuando se observa el caso de investigación, lo primero que salta a la vista es que la empresa carece de una identidad definida, la falta de misión, visión y valores deja a GPR sin una forma de ser reconocible por sus grupos de interés. Sin embargo, esto no significa que en sí misma no tenga una identidad.

Debemos considerar que toda organización tiene una identidad en bruto, está presente incluso si no ha sido establecida o propuesta, y se puede palpar en cada acción que realice la empresa en su comunicación con los distintos grupos de interés (Carrero, 2019).

Se puede decir que una organización que, a primera vista, no tiene una identidad corporativa establecida, sí la tiene de manera esencial. Esta identidad es inherente a la organización y se puede obtener si se analizan las distintas prácticas que una empresa realiza y en la forma en las que las realiza, es decir, su personalidad.

De acuerdo a Carrero (2019), en la personalidad de la organización es donde se materializa su identidad, y esto puede evidenciarse en su historia, su filosofía, sus valores y en la comunicación entre directivos y públicos internos. En otras palabras, podemos decir que la identidad se manifiesta en cada ‘aparecer’ de la empresa, en cualquiera de sus ámbitos internos en el día a día.

También se debe considerar que “las prácticas cotidianas pueden tener un impacto significativo en la formación de la identidad organizacional” (Oliver y Vough, 2019, p. 98). Por ello es vital analizar el día a día de la organización.

Es así que, la identidad se erige poco a poco desde la cultura de la empresa, los valores, el servicio, el propósito mismo de la organización, entre otros constructos que se materializan en la relación entre gerentes y trabajadores.

Pero también podemos decir que se materializa en la relación que la empresa tiene con los clientes y la comunidad a lo largo del tiempo de vida de la empresa. Simões y Sebastiani (2017), sostienen que la identidad se emplea en las estrategias y operaciones que la organización realiza en general, ahí se observa la expresión de su ser.

La esencia de la empresa se materializa en la forma de relacionarse con sus *stakeholders* externos, en la manera de hacer negocios con ellos o en la influencia que se genere de esa relación.

Es posible decir que la identidad corporativa está presente incluso si no ha sido definida, el trabajo está en analizar esos constructos donde se materializa y formularla atendiendo a la esencia de la organización.

2.4 La importancia de tener una identidad corporativa definida y conocida

Como resultado de la revisión teórica, se ha establecido que la IC es una suerte de faro de luz a través del cual se iluminan todas las acciones y manifestaciones de la empresa, donde la luz es la esencia de la misma. Una empresa sin un faro puede perder el rumbo en las acciones que ejecute y sus esfuerzos, en su mayoría, no estarán aprovechados estratégicamente. En este punto surge la necesidad e importancia de tener una IC definida.

Para Abratt y Kleyn (2012), establecer una identidad ayuda de sobremanera a la empresa, en el sentido de que sienta las bases para afianzar una sana cultura corporativa embebida en sus propios valores.

Los autores consideran que, para obtener una cultura corporativa bien lograda, es necesario que la empresa establezca antes sus valores organizacionales que puedan servir de base sobre la cual se desarrollará esa cultura. Sin los valores que conforman la IC no podría existir una sana cultura organizacional.

Simões y Sebastiani (2017) van más allá, sostienen que la IC se integra en la cultura de la empresa y que es de naturaleza inseparable a los comportamientos de los grupos de interés internos.

En un esfuerzo por configurar la cultura organizacional, vendría a ser necesario tener control sobre la IC, para que puedan establecerse parámetros de comportamiento, los que deben obedecer a los valores de la organización. Además, se debe dar atención a los comportamientos de las partes interesadas internas y su influencia en la identidad.

Simões y Sebastiani (2017) añaden que la IC también tiene un papel importante en la sostenibilidad de una empresa y viceversa, pues el rasgo único y distintivo de la organización puede emplearse en las estrategias y aplicaciones de sostenibilidad, generando un impacto en la cultura de la empresa y en su estrategia.

Se entiende que es necesario que haya una identidad en la cual puedan catapultarse las acciones de sostenibilidad. La IC ayuda a alinear las estrategias con la esencia de la empresa, acción que impacta de manera positiva a su cultura y estrategia corporativa.

Resalta el valor estratégico que posee la IC en una empresa. Simões y Sebastiani (2017) sostienen que la identidad juega el papel de facilitador para que la estrategia dentro de una organización sea posible y viceversa, pues una estrategia basada en la identidad optimiza resultados.

Evidentemente, cuando se carece de una IC definida, los esfuerzos estratégicos tendrán pocos o cero resultados que atiendan a lo que la empresa es en realidad. El rol estratégico de la identidad, cuando es considerado a consciencia, otorga un mejor panorama donde existe una correlación entre lo que la empresa busca, desde el fondo de su esencia, y los resultados que consiga.

La IC también posee un rol importante cuando se trata de construir marca. De acuerdo a Balmer y Podnar (2021), sin ella no podría existir una orientación de marca corporativa, ya que la IC otorga las claves fundamentales para poder obtenerla, y deben estar alineadas.

Con la premisa de que la identidad es la esencia y la que guarda los rasgos diferenciales de una organización, es posible decir que, al optar por una orientación de marca, el punto de partida siempre será la IC. Sin ella, la orientación de marca no es posible, la empresa no tendría en qué basarse.

La identidad vendría a jugar otro papel crucial. Abratt y Kleyn (2012) hacen un llamado para otorgarle importancia a la IC en relación a la edificación de la reputación. Duque y Carvajal (2015) coinciden, ellos sostienen que la identidad es vital para poder conseguir una reputación positiva que permita que los públicos externos se muestren interesados por la empresa.

Cuando una empresa tiene su identidad clara y definida, basada en su esencia, la comunicación de la misma hacia los diferentes públicos estará alineada al ser de la empresa. La reputación generada, producto de una identidad sólida, tendrá reacciones positivas en sus audiencias externas.

Pero no solo importa la percepción de los públicos externos. Carrero (2019) plantea como primordial que los públicos internos comprendan de manera clara cuál es la identidad de la empresa a la que pertenecen, así la imagen que se transmite será más consolidada y su reputación será fortalecida.

Para poder lograr una reputación sólida, es necesario que la IC, una vez definida, sea conocida por los grupos de interés internos de la empresa. Este conocimiento sobre la identidad debe ser agudo para que su visión, sus valores y otros constructos abstractos de la identidad, estén alineados a los de la empresa.

De manera más específica, una identidad conocida por sus públicos internos impacta beneficiosamente a la organización (Duque y Carvajal, 2015).

La IC, por tanto, debe ser bien establecida sumida en la sustancia de la organización, una vez que se defina, es crucial transmitirla de manera clara a los distintos públicos, internos o externos, para asegurar un desarrollo coherente de la empresa en cualquier ámbito.



Capítulo 3 Metodología de investigación

La presente investigación aspira a realizar un diagnóstico para formular unos lineamientos para el desarrollo de la identidad de Galerías Plaza Real, una microempresa dedicada al arrendamiento de locales comerciales en el distrito de Catacaos. Con base en lo revisado en el anterior capítulo, es posible establecer nuestra ruta de investigación.

3.1 Planteamiento metodológico

Para poder obtener la información necesaria para un diagnóstico correcto de la IC de GPR, se considera pertinente plantear una investigación cualitativa compuesta por entrevistas en profundidad dirigidas a los fundadores y a los arrendatarios de GPR, de manera diferenciada, es decir, se aplicará un cuestionario diferente para cada público.

La tipología de entrevista en profundidad utilizada para esta investigación será la entrevista semiestructurada, de manera que podamos tener control sobre el camino de cada entrevista, con el objetivo de generar “una comunicación dinámica y flexible de tal forma que el entrevistado pueda responder desde su lógica comunicativa” (Tonon, 2009).

3.2 Objetivos de la investigación

El objetivo principal que persigue esta investigación es analizar y diagnosticar correctamente la identidad corporativa de Galerías Plaza Real.

Además, se busca realizar un acercamiento a los componentes de su identidad corporativa para establecer unos lineamientos que ayuden a forjar su IC.

3.3 Universo

3.3.1 Público 1

El primer público son los fundadores y/o dueños de Galerías Plaza Real.

3.3.2 Público 2

El segundo público serán los arrendatarios de Galerías Plaza Real que tengan por lo menos seis años de antigüedad, que se encuentren al día con sus compromisos contractuales, que sean dueños del emprendimiento y permanezcan en sus locales comerciales durante la jornada laboral.

3.4 Entrevistas en profundidad

3.4.1 Entrevistas en profundidad al público 1

Tabla 1

Ficha técnica de las entrevistas en profundidad al público 1

Técnica	Método Cualitativo		
Herramienta	Entrevista en profundidad		
Tipología	Entrevista semiestructurada		
Universo	Fundadores de Galerías Plaza Real		
Condición de la muestra	Fundadores y/o dueños de Galerías Plaza Real		
Recolección de datos	Mediante cuestionario elaborado ad hoc para esta investigación.		
Variables	Percepción sobre la marca Galerías Plaza Real Percepción sobre el servicio de Galerías Plaza Real Valoración del ambiente en Galerías Plaza Real Percepción sobre clientes de Galerías Plaza Real Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real		
Dinámica			
#	Fecha	Entrevistado	Descripción
1	28/08/2021	Marleny del Socorro Merino Cardoza	Fundadora y dueña
2	28/08/2021	Ronald Alfonso Cárdenas Merino	Fundador y administrador
3	26/08/2021	Ronald Cárdenas Bereche	Fundador y dueño

Fuente: Elaboración propia.

Se diseñó una guía que incluye siete variables establecidas ad hoc para esta investigación, y un cuestionario que obedece a las variables determinadas (Anexo 1).

3.4.2 Entrevistas en profundidad al público 2

Tabla 2

Ficha técnica de las entrevistas en profundidad al público 2

Técnica	Método Cualitativo		
Herramienta	Entrevista en profundidad		
Tipología	Entrevista semiestructurada		
Universo	Arrendatarios de Galerías Plaza Real		
Condición de la muestra	Que sean arrendatarios de Galerías Plaza Real con 6 o más años de antigüedad Que sean arrendatarios con contratos vigentes Que sean arrendatarios que se encuentren al día con sus compromisos contractuales Que sean dueños del emprendimiento y permanezcan en sus locales comerciales durante la jornada laboral		
Recolección de datos	Mediante cuestionario elaborado ad hoc para esta investigación.		
Variables	Percepción sobre la marca Galerías Plaza Real Percepción sobre el servicio de Galerías Plaza Real Valoración del ambiente en Galerías Plaza Real Percepción sobre clientes de Galerías Plaza Real Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real		
Dinámica			
#	Fecha	Entrevistado	Descripción
1	25/08/2021	Carmen Yaqueline Maza Aquino	Arrendataria con 7 años de antigüedad
2	28/08/2021	Felicita Ramos Mechato	Arrendataria con 10 años de antigüedad
3	26/08/2021	Gloria Cortéz Chiroque	Arrendataria con 11 años de antigüedad
4	30/08/2021	Héctor Lalupú More	Arrendatario con 10 años de antigüedad
5	27/08/2021	Lesley Carmín Salazar Duque	Arrendataria con 6 años de antigüedad
6	27/08/2021	María Isabel Zapata Carlos	Arrendataria con 10 años de antigüedad
7	26/08/2021	Olivia del Milagro Yarleque Ramos	Arrendataria con 8 años de antigüedad

Fuente: Elaboración propia.

Se diseñó una guía que incluye cinco variables establecidas ad hoc para esta investigación, y un cuestionario que obedece a las variables determinadas (Anexo 2).



Capítulo 4 Presentación y análisis de resultados

4.1 Resultados del diagnóstico

A continuación, se realizará un análisis temático de las entrevistas dirigidas a ambos públicos, arrendatarios y fundadores, obedeciendo a las variables propuestas.

En las Tablas 3 y 4 se pueden observar las ideas centrales de los participantes de ambos tipos de público, de donde se basará el correspondiente análisis.

4.1.1 Resultados de entrevistas en profundidad

Tabla 3

Ideas centrales de las entrevistas en profundidad del público 1

Muestra/Variables	Aspectos referentes a la misión de Galerías Plaza Real	Aspectos referentes a la visión de Galerías Plaza Real	Principales valores identitarios de Galerías Plaza Real	Principales motivaciones de la fundación de Galerías Plaza Real	Implicancias del negocio de Galerías Plaza Real	Público al que se dirige Galerías Plaza Real	Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real
Marleny del Socorro Merino Cardoza	La empresa trascenderá porque ha aportado al crecimiento económico y social de las familias de los arrendatarios, ellos han solventado la educación de sus hijos, han crecido con nosotros.	Buscamos mejorar la infraestructura, innovar en publicidad y darle atención al cliente, conversar con ellos y, para buscar mejoras en conjunto.	El compañerismo, la solidaridad son parte de nuestro servicio, siempre nos preocupamos por ellos, los tratamos como si fueran nuestra familia.	Mi esposo y yo deseamos que mis hijos continúen con el negocio e implementen la visión que tenemos para ellos y la empresa.	Tenemos constante comunicación con los arrendatarios. Todos los años realizamos una semana de celebraciones por el aniversario de las galerías, los arrendatarios se integran. Me genera orgullo cuando tomo un transporte hacia mi casa y utilizo el nombre de las galerías, siempre la reconocen como un lugar de alquiler de prendas y saben dónde es.	Nuestros clientes son personas que buscan una especie de negocio con el que sostenerse, se trata de familias pequeñas que buscan un negocio para sustentar su modo de vivir. El público que llega a comprar son señoras, en su mayoría, y jovencitos.	(Cuando pienso en GPR) pienso en ropa, confecciones, ir a comprar productos de primera necesidad. (Cuando pienso en GPR como objeto) veo un bien, un edificio de dos pisos. Nombre: Negocios Cárdenas.
Ronald Alfonso Cárdenas Merino	El negocio era para beneficio familiar y para beneficio de los arrendatarios, y de sus familias también, nos dirigimos a los pequeños empresarios que inician un negocio para llevar el sustento día a día de su familia.	La proyección que perseguimos es de que el negocio crezca en infraestructura, poder construir un segundo piso, para poder llegar a las familias que están en Catacaos y Piura.	Los inquilinos se sienten cómodos. Nosotros lo tratamos de la forma más servicial posible, para que estén lo más cómodos posible. Practicamos la cordialidad, la honestidad y ser solidarios con las personas que llegan, dar el mejor servicio posible.	Apuntamos a algo que nos deje vivir plenamente y sin preocupaciones, y dar un buen servicio. Queremos tener un poco más captado al público del empresario que quiere iniciar con su negocio y se proyecta a más con nosotros.	No solamente nos ven como imagen de un arrendador, sino como un amigo. El inquilino ya se siente seguro de estar aquí y a la vez tranquilo que en cualquier momento puede venir y atender su local.	Me dirijo a los pequeños empresarios que inician un negocio a bajo costo de alquiler y que puedan poco a poco generar sus ingresos. Llegamos también a las familias externas que vienen dos y más veces. Son lo más serviciales posibles con todo lo que he venido tratando, todo el tiempo que llevo aquí, son muy serviciales. Siempre, siempre y respetuosos.	(Cuando pienso en GPR, pienso en) mi familia. (Cuando pienso en GPR como objeto) veo una fotografía de mi familia iniciando.

Ronald Cárdenas Bereche	En la empresa hay un sentido humano, un carácter social muy asequible a las personas. El proyecto se orientó a ellos, a los comerciantes informales, pequeños, y micro empresarios que estaban en la zona.	Extender la infraestructura hacia un segundo y tercer piso, donde nos dediquemos al rubro del turismo: hotel y restaurant.	Hay un sentido muy humano con respecto al inquilino, se le considera, se le da facilidades. En la inundación del 2017, nosotros apoyamos, protegimos y recibimos familias que se habían perjudicado.	Mis motivaciones fueron, para empezar, tenía a mis hijos pequeñitos todavía, estaba empezando, vi la oportunidad de negocio. Concretar el centro comercial, terminar de construir todo el proyecto que tengo pensando o que pensé, lo he transmitido a mis hijos y ojalá algún día se concrete.	Yo veo que él (Ronald hijo) tiene un acercamiento muy constante con los inquilinos, se comunican constantemente, atiende sus emergencias cuando las hay Al taxi le digo “llévame a Plaza Real” y sin decirle el lugar, me llevaba. Plaza Real ya se ha posicionado en Catacaos, saben de quién es, dónde es y qué es lo que realiza.	Yo creo que ellos están contentos porque siempre están interesados en seguir en sus puestos, con sus locales, no quieren dejarlos porque tiene cautivo un mercado, tienen su clientela. (La) gente que más veo es gente de sectores socioeconómicos D, C; E hay, pero pocos.	(Cuando pienso en GPR) pienso en un sueño hecho realidad. (Cuando pienso en GPR como objeto) veo un avión, estar fuera, viajar gracias a él.
Conclusiones por variable	Los fundadores buscan impactar en la vida de sus arrendatarios en términos de progreso familiar a través de un trato humano.	Tienen el anhelo de mejorar la infraestructura del negocio, escuchar a sus clientes para potenciar el servicio y extender el negocio a otros giros comerciales.	El servicio tiene un enfoque humano, un trato cercano, respetuoso y solidario de cara a los arrendatarios y a la comunidad en la que se ubica la empresa.	El aseguramiento del bienestar familiar de los fundadores es su principal motivo, además de un anhelo de la prolongación del proyecto a través de sus hijos. Interés por penetrar y consolidarse en el público que manejan.	Un pilar importante para los fundadores es otorgarle un buen trato a sus arrendatarios, que se sientan cómodos, mantienen una relación cercana, casi familiar. Tienen la percepción de que su empresa ha alcanzado una importante reputación en su comunidad, lo evidencian con anécdotas similares.	Tiene claro que existen dos tipos de públicos, aunque no los tengan definidos. Los primeros son sus arrendatarios, los definen como pequeños comerciantes en busca de sustento económico. Lo segundos, sus clientes finales, los definen como personas de los estratos C y D, lugareños en su mayoría.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Ideas centrales de las entrevistas en profundidad del público 2

Muestra/ Variables	Percepción sobre la marca Galerías Plaza Real	Percepción sobre el servicio de Galerías Plaza Real	Valoración del ambiente en Galerías Plaza Real	Percepción sobre clientes de Galería Plaza Real	Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real
Carmen Yaqueline Maza Aquino	Comenzó de lo más bajo y poco a poco ha ido subiendo, arreglando una cosita, otra cosita. Al principio nos costó bastante aquí porque a veces no era tan conocido, pero poco a poco se fue haciendo, se va haciendo más conocido. GPR me transmite la lucha del día a día, el dueño nos impulsa a seguir poco a poco.	Hace falta publicidad, más publicidad, para que haya más entrada. Se debería arreglar, o sea diseñar un poquito más grande las tiendas, con mejor acabado. Cuando nosotros ingresamos encontramos limpio el local. Años atrás hemos venido pagando menos, pero ahora un poco más, debía considerarnos por esto de la pandemia, pero siguió con el mismo precio, pero (...) no nos ahorcó mucho, estamos surgiendo poco a poco y nos llega a alcanzar al mes.	Los dueños han sido buena gente, nunca ha habido percances. Y otra que me gusta estar acá, tranquila, no hay mucho conflicto, como se ve en otras galerías que se ve hasta que discuten, pero acá no. El trato tanto como de los dueños, es algo familiar porque nosotros nos conocemos de tiempo, siempre con respeto. Aquí siempre estamos unidos, conversamos, siempre nos ayudamos como trabajadores que somos.	Todos los clientes no son iguales, cada cliente es diferente, hay personas bien exquisitas y hay personas que son súper rápidas y hay personas que son indecisas. Siempre ha habido un trato amable con los clientes, conmigo, yo trato de ser amable con ellos, tanto como ellos conmigo, nunca he tenido un percance. Siempre vienen a buscar ropa de alquiler, zapatos de todo.	(Cuando pienso en GPR, pienso en) muchos proyectos que uno quiere hacer. Materialización: “Una casa con una familia”. No le cambiaría el nombre a GPR.
Felicita Ramos Mechato	Es un emprendimiento más para mí, para mi familia, porque allí empecé, es el esfuerzo que uno hace cada día y para mi familia, para mi hogar. Afuera es abarrotado y adentro todo es ropa.	Es una galería pequeña, le falta un poco más de acabado, que se vea un ambiente un poco más alegre para motivar al cliente, sí me gustaría que la galería cambie, pero sí se mantienen limpia. Es la galería que mantiene todo lo que es de alquiler y la gente ya lo conoce y ya no pueden irse al mercado porque acá ya van a encontrar lo que ellos quieren.	El trato allí con las compañeras es normal porque es como si fuera una familia porque no están grande la galería, nos queremos, nos ayudamos, nos apoyamos, si tú no tienes, yo la tengo, y así nos apoyamos para que el cliente no se vaya, que se vaya contento con lo que él busca. (Con los dueños) sí tengo buena comunicación, sí nos tratamos bien.	Hay clientes que ya me conocen y el cliente apenas viene o me ve ya usted me va a alquilar porque usted trata al cliente bien y le doy cómodo cuando me va, con descuento porque ya es cliente fijo. Vienen porque ya saben lo que van a encontrar aquí, como le digo, ellos ya saben que solamente es de alquiler.	Cuando se me viene a la mente Plaza Real es ir a trabajar. (Cuando pienso en GPR, pienso en) que toda la gente que pase que lo vea grande, colorido, con unos colores alegres para que reluzca y brille y ver que GPR avanza cada día. Yo digo “Ilévame a Plaza Real” a un transporte, a veces hasta me llevan a la plaza de armas, se confunden y vale la pena que cambie su nombre, pero que lo

		Llevo años y nunca me han robado, nunca ha pasado nada.			haga reconocido, que todo Catacaos lo conozca.
Gloria Cortéz Chiroque	En el transcurso que he pasado en mi galería, no me quejo me ha ido muy bien. Del dueño, me gusta su forma de ser actual, me gusta los puntos que establece, no todos están de acuerdo con su forma de ser de la persona y eso como que nos incomoda a nosotros. Me gusta Plaza Real porque es mi centro de trabajo y me da gusto venir acá porque ya a parte que me enseñe, es para mí una segunda casa.	Me gustaría otro ambiente, cambiarlo, pero lamentablemente no se puede, que tenga otra visión. En el trato si hubo algunas discrepancias en la manera como uno pide algo, pero del resto me siento bien y el administrador es una persona muy respetuosa, nunca nos ha faltado el respeto, uno valora mucho eso. Hubo un cambio radical de la señora Marleny al nuevo administrador (Ronald hijo), pero lo veo bien, es muy respetuoso, pone sus puntos, aunque no todos están de acuerdo, mis compañeras me decían para comunicarles sus incomodidades por ser la más antigua.	Me llama la atención el venir acá todos los días, ver a mis compañeras en unión. A mí me molesta también que digan que esto es un mercado, escucho a algunas señoras decir que parece un mercado, y como que nos incomoda escuchar eso, que nos digan que es un mercado. Me siento cómoda aquí y me llevo muy bien con todas. Me siento tranquila, nadie nos molesta, gracias a Dios, no hemos tenido problemas de robo pese a que a veces nos hemos quedado tarde 7 o 8 de la noche, nunca, siempre tenemos distancia.	Hay algunos clientes especiales, miran el color, la talla y el que tiene paciencia lo atiende en cambio otros no le dicen no hay nada. Me doy el trabajo de atenderlos al mínimo para que estén contentos. Los clientes piensan que aquí pueden encontrar de todo, no solamente en un stand, sino en los diferentes stands, para niños, de niñas, otro para personas gorditas, otro para altas o flaquitas. Tallas XXL para caballeros y eso hacen que ellos regresen.	(Cuando pienso en GPR, pienso en) ropa (...), zapatos, ternos. Podría llamarlo la alegría de entrar a una tienda y ver qué vas a buscar algo que a ti te guste. Un bazar, porque acá encuentran de todo.
Héctor Lalupú More	GPR es algo ya parte de mí, es mi segundo hogar prácticamente porque mi trabajo es algo muy importante para mí. Aposté por GPR por mis clientes y la ubicación también, o sea es una zona estratégica. YA me conocen, como quien dice: El señor fulano de tal trabaja allí en la galería, o sea, ya es una marca que conocen,	Una de las características es la facilidad que tenemos para estar acá en esta galería y seguir trabajando, gracias a los dueños que también nos dan apoyo, y otra que es accesible poder pagarlo, poder pagar el alquiler. Lo único (que mejorar) la infraestructura, que sea un poquito más llamativa, que pase la gente y que le impresione, por curiosidad. Por ahora sí estoy conforme, el tiempo que tengo trabajando acá, sí estoy conforme.	La gente quiere seguir trabajando acá porque el trato es humanitario, no hay discriminación y el trato por igualdad a todos. La gente que trabaja se respeta entre sí, somos solidarios, cooperamos entre nosotros, nos ayudamos entre nosotros, estamos unidos, pasa algo y estamos allí apoyándonos como miembros de esta galería. A veces yo he buscado en otros sitios que uno llega y se comienza a cobrar plata, a fabricar plata, pero eso no, hay	Los clientes son inteligentes, vienen algunos por curiosidad, otros por solucionar su problema en alquiler de terno o tienen un compromiso y no tienen a la mano: “vamos a la Galerías Plaza Real, allá alquilan” y buscan a su gusto que ellos quieren porque tengo amigos que alquilan la ropa de vestir. Ellos piensan, a mi criterio, que es algo accesible llegar a la galería, otro es poder encontrar lo que ellos buscan y otro, la economía.	(Cuando pienso en GPR, pienso en) humanitario, todos somos humanitarios, o sea tratamos igual a todos ya sea grande, chiquito, moreno, todo, no somos discriminativos a nadie, a ninguno, somos iguales. Materialización: “amistad”. Las llamaría las galerías del pueblo, podría ser porque acá podemos llegar y alquilar algo que podemos pagarlo y la gente va a encontrarlo, desde un precio más pequeño hasta un precio más alto y

	la galería, o sea, por la marca me ubican.	Acá hay facilidades de poder trabajar, de poder alquilar un local y el ambiente se presta que es una zona estratégica con movimiento de gente.	que ver la forma en que ambos podamos ayudarnos y seguir adelante como sociedad, como personas, como amigos y seguir:		eso está accesible al pueblo, el pueblo somos nosotros.
Lesley Carmin Salazar Duque	Llevo 6 años ya trabajando aquí en esta galería y estoy contenta porque poco a poco he ido creciendo con mi negocio, ahora cuento con otro local más. Me siento bien, tranquila, en un ambiente bueno, también que me ha ayudado a ir poco a poco a ir creciendo. No me quejo de los dueños, me han apoyado, siempre, son buenas personas, buenos seres humanos, para el trato que nos dan, nos brindan siempre, es bueno, nos tratamos con el respeto que nos merecemos, por eso es que quizá yo me he animado a seguir aquí y progresando.	Lo que sí me gustaría que se mejoré aquí es la infraestructura poco a poco, siempre se lo he hecho saber también. Está en una zona estratégica, eso es lo que más te ayuda también, es bueno que una galería esté en un lugar bien ubicado para que puedas tú lograr tus ventas para que te pueda llegar el público. Te ofrecen unos locales, como se dicen, seguros donde puedas tener la seguridad de que tu mercadería está segura. En lo que es la limpieza sí, siempre se mantiene limpia, hay una persona que hace el aseo en toda la galería.	El ambiente bueno que he podido lograr con mis compañeras, en todo caso, la amistad que se ha podido llegar a afianzar durante los años que llevo acá con esas personas. Bueno, con los dueños, lo que es la confianza también que cada día, cada año ha ido creciendo con ellos y eso me ha ayudado a avanzar en lo que ahora tengo en mi negocio. Resalto el apoyo que nos brindamos como compañeras de trabajo, mejor dicho, apoyarnos entre nosotras, no ser egoístas, al contrario, si una necesita del otro, siempre estar ahí para ofrecer una ayuda. Hablando de lo que son los dueños también, yo no me quejo porque siempre cuando he necesitado un apoyo siempre han estado conmigo, eso es lo que puedo más yo resaltar. A veces (otras compañeras) te quitan los clientes, no estoy conforme con ello.	El cliente se da cuenta cómo tú lo atiendes, si realmente le tienes paciencia, de repente no lo aguantaste. Saber cómo tratarlos se aprende con los años. Los clientes vienen por la buena atención que le otorgamos, lo mejor que podemos hacerles sentir que están en su casa, con sus familiares, con el trato agradable, un ambiente bonito, lo que es la mercadería.	(Cuando pienso en GPR, pienso en) GPR es el lugar, bueno, el establecimiento donde yo pude lograr como comerciante, ir avanzando, ir creciendo, gracias a estas galerías he crecido bastante acá, he avanzado, me siento contenta, me siento que voy realizando todos mis proyectos, mis metas que me he trazado también como persona, me ha ayudado bastante gracias a la galería que me ha ofrecido aquí realizar las metas y los anhelos que tenía también en salir adelante. (Si GPR fuera un algo concreto, serían) los seres humanos que trabajan aquí, el ambiente laboral que llevamos, me siento contenta de que he podido afianzar una amistad con estas personas con las que trabajamos. Nomenclatura: “podría ser “Galerías, alquiler y venta” porque lo que más resalta acá.
Maria Isabel Zapata Carlos	Es una meta que cada quién se propone, yo de repente tengo un dinero y vengo acá a invertir para poder también generar ganancia.	El ambiente sí, en infraestructura le falta mucho mejoramiento, pero sobre el trato, durante el tiempo que llevo acá, muy bien el trato que me han podido dar, bien. Bueno, encuentro	El respeto, ahorita no me ha faltado nadie el respeto, acá siempre las conversaciones han sido bien, tranquilas, y la responsabilidad en la	Más vienen para sus eventos, que van a tener alguna fiesta, vienen a alquilar sus trajes, ropa, a comprar también hay venta, vienen a buscar lo que necesitan para ellos, para ese	(Cuando pienso en GPR, pienso en) mi centro de trabajo, a donde voy a vender para poder obtener algunas ganancias para mí. Un lugar donde me siento bien porque me dedico a lo que me gusta”.

		también compañerismo entre nosotras, de las chicas que estamos acá y todo bien. Una debilidad es la publicidad, le falta mucha publicidad. En lo que no estoy conforme es en que te cortan el agua muy temprano, en los servicios higiénicos que a veces no están para todo el día, solamente un rato y debe hacerse la limpieza del piso, de los techos porque mucho polvo entra para la ropa, se nos empolva demasiado.	hora de abrir, vienes a las 8 y ellos los respetan. El compañerismo y el respeto también por cada una de nosotras que eso casi no existía, a veces había muchos problemas entre nosotras, pero acá nos hicieron entender que eso no está bien porque si te llevas mal con tus compañeras no va a haber ese acuerdo pues, también a respetar opiniones de los demás.	evento que van a tener porque acá vienen las quinceañeras, las novias a llevar la ropa que necesitan para ese día.	Materialización: “un lugar para poder hacer compras. Lo llamaría Galería Real.
Olivia del Milagro Yarleque Ramos	Me gusta el negocio. Sigo aquí, porque no encuentro otra galería para tener mi negocio, por eso estoy aquí también. No me puedo ir a otro lado porque ya es conocida esta galería por esto (alquiler de ropa) y si es que yo me iría a otro sitio, no podría, porque es volver a empezar para poner a otros clientes, gente que ya lo conoce en ese rubro”.	Es económica, accesible para el bolsillo. Y claro, no brinda ambientes muy adecuados, pero también está... Nos sentimos cómodas con los pequeños stands que tenemos La infraestructura un poquito, más moderada de repente, mejorarla: “El costo del alquiler que es barato, bueno para mí es barato, todavía. Sí, sí lo recomiendo que vengan”. La limpieza... siempre la he encontrado limpio. ¿Seguridad? bueno, claro, hasta el día de hoy no se me ha perdido nada en mi galería, siempre ha estado cerrada, nos vamos y cierran todo, nunca se me ha perdido nada”.	Cuando yo vine a la galería me sentía en familia con todas las personas, la mayoría son de acá de Catacaos, son gente que trabaja que son de acá de Catacaos y me siento bien.	Vienen porque quieren irse a una fiesta y vienen por sus vestidos, por sus ternos, mayormente ya es conocida esa galería por sus vestidos y por sus ternos, mayormente toda la galería es rubro vestidos, ternos, vestidos de quinceañera, vestidos de fiesta, zapatos, camisas, corbatas:	(Cuando pienso en GPR, pienso en) voy a la real a alquilar mis vestidos, voy a la galería. Materialización: “un dado”. Nomenclatura: “Galería, los precios económicos accesible para todos”, “Galería al alcance del bolsillo”, “Galería El Dorado”, “Galería, mi estilo”, “Galería, tu elegancia, tu fiesta”.
Conclusiones por variable	Tienen una percepción positiva de la marca, principalmente pos dos puntos relevantes: el trato	Loa arrendatarios están conformes con el servicio en general, el punto importante es la conexión que tienen	El ambiente de la empresa es bueno a ojos de los arrendatarios. Consideran que hay una fuerte unión entre	Para los arrendatarios, sus clientes buscan el servicio de alquiler y venta de prendas para fiestas,	La valoración del nombre y materialización de la marca en sus mentes es variada. Relacionan la marca

	de los dueños y le ubicación conocida por la comunidad.	con los dueños, el trato de respeto y confianza es relevante para su satisfacción como clientes. Sin embargo hay puntos flacos en el servicio, la infraestructura y la falta de publicidad son temas que los arrendatarios consideran de atención urgente.	arrendatarios y un respeto con los dueños que les inspira ganas de trabajar todos los días y de quedarse con la marca.	principalmente. Perciben que sus clientes conocen el lugar por ese servicio en especial. Los clientes de los arrendatarios buscan a GPR por sus precios económicos. De manera intuitiva, los arrendatarios le otorgan importancia al servicio de atención.	a la familia y al progreso. Los arrendatarios consideran que el nombre sí debería cambiarse a un aspecto relacionado al giro comercial. Para ellos, GPR está muy enlazado al rubro de alquiler y venta de ropa.
--	---	---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Análisis de las entrevistas al público 1

4.1.2.1 Aspectos referentes a la misión de Galerías Plaza Real. Para los fundadores su misión es difusa, un factor común en la mayoría de las variables. La dueña del negocio, Marleny Merino, tiene una aproximación más cercana sobre lo que encierra esta variable. Para ella, la misión está orientada a los emprendedores y pequeños comerciantes, principalmente mujeres, con el objetivo de otorgar progreso a sus familias. Su perspectiva, a lo largo de esta variable, está muy conectada a un sentido altruista dirigido a los arrendatarios.

El administrador, Ronald Cárdenas Merino, es diferente. En él están presentes motivaciones familiares muy arraigadas, explica que el núcleo es el progreso de la familia fundadora y unido a ello, en segundo plano, una suerte de soporte para las familias de sus arrendatarios en favor del progreso, nuevamente, donde la importancia recae en el ámbito económico.

Por otro lado, para el dueño, Ronald Cárdenas Bereche, la base es más comercial. Tiene un enfoque más alejado de lo que se realiza con su empresa. Desde su postura, se emprende una labor muy humana en beneficio de los arrendatarios, liderada por su hijo. Desde el inicio de su proyecto, para él el foco obedece a un sentido más económico y empresarial que emocional.

Hay una oportunidad de alinear las tres perspectivas en el sentido de que Galerías Plaza Real realmente aporta en la vida de las familias de sus arrendatarios, y de que existe una conexión entre lo que busca la familia fundadora y los arrendatarios para sus familias: el progreso.

4.1.2.2 Aspectos referentes a la visión de Galerías Plaza Real. En esta variable, en particular, de los tres fundadores, solo Marleny orientó su visión hacia sus arrendatarios. Sin embargo, los tres buscan un mejoramiento de la infraestructura a futuro, la construcción de más pisos para la extensión del negocio y posicionarse en Catacaos y Piura. Ronald Cárdenas (padre), tiene una idea distinta, a diferencia de su hijo, él desea variar el giro, dedicar el futuro segundo y tercer piso a un restaurante y un hotel para turistas.

Si bien es evidente que sus visiones son del todo materiales y se divorcia del negocio actual, el trasfondo también está alineado al progreso y al reconocimiento, este último es un rasgo muy presente en las empresas familiares.

4.1.2.3 Principales valores identitarios de Galerías Plaza Real. Los valores que los tres fundadores reconocieron están muy ligados a sus valores familiares y los que se han forjado en los doce años de historia entre los arrendatarios de GPR. Para los fundadores, hay un foco en la manera de realizar negocios con sus arrendatarios, la amabilidad se considera un valor primordial en su día a día.

La solidaridad, aunque no es un valor usualmente presente en organizaciones con fines de lucro, está considerada como parte de la identidad de GPR por sus dueños, explican que en situaciones que afectan a su comunidad, este valor les permite realizar acciones acordes para la ayuda que se necesite.

La empresa posee un sentido muy humano, según el dueño principal. Lo cual se conecta directamente con el segundo valor reconocido, GPR vendría a realizar sus acciones con una misión orientada a lo demás, atenta a la comunidad en la que se desarrolla.

4.1.2.4 Principales motivaciones de la fundación de Galerías Plaza Real. Las motivaciones de los fundadores son claramente de ímpetu hereditario y generacional, en especial en el matrimonio fundador, tienen un fuerte sentido de proyección empresarial en sus hijos. Esta motivación le da un sentido de búsqueda de perpetuidad del apellido a través de los negocios heredados a la siguiente generación.

En el administrador, Ronald (hijo), las motivaciones atienden a un sentido de solvencia familiar y aseguramiento de futuro del conjunto familiar. El menor de los fundadores demuestra un sentido más emocional del negocio, enfocado en los miembros de su familia.

También hay un factor de captación del público micro empresarial, Ronald (hijo) persigue reconocimiento entre este segmento en particular.

4.1.2.5 Implicancias del negocio de Galerías Plaza Real. Su perspectiva del negocio tiene un sentido humano, por ende, consideran que poseen una relación de confianza y amistad con los arrendatarios, de constante comunicación entre las partes.

Su enfoque de negocio es muy cercano a sus clientes, la dinámica contractual está fuertemente embebida en los valores de respeto y amabilidad, se evidencia una preocupación genuina por sus arrendatarios.

Existe, también, un factor de satisfacción con respecto al posicionamiento alcanzado por GPR en su comunidad. Para el matrimonio fundador la empresa ha alcanzado reconocimiento en los lugareños y les genera un sentimiento de alegría y satisfacción que se esté logrando uno de sus objetivos.

4.1.2.6 Público al que se dirige Galerías Plaza Real. Para ellos, su principal público está centrado en los niveles socioeconómicos C y D, conformado por pequeños empresarios con aspiraciones progresistas y que buscan un mejor futuro para sus familias.

Aquí está presente el factor progreso, son conscientes de las motivaciones de su público principal y los consideran personas serviciales y respetuosas.

Como segundo público, los fundadores consideran a familias de la zona, con las mismas circunstancias socioeconómicas que su público 1, conformado por mujeres y jóvenes principalmente.

4.1.2.7 Aspectos referentes a la nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real. Las ideas de lo que GPR representa para los fundadores atienden a constructos aspiracionales y familiares.

En cuanto a la idea de lo que GPR es, Marleny apeló a la categorización del servicio que ofrecen el 23 % de arrendatarios, se entiende que su idea de la organización está muy conectada a sus clientes. Ronald (hijo) presenta una idea más emocional y vinculada a la naturaleza familiar del negocio, mientras que en Ronald (padre) es más relacionado a la satisfacción y realización personal.

Con respecto a la materialización de GPR, Marleny visualizó un edificio de dos pisos, lo que supone una proyección más material que atiende a sus aspiraciones futuras sobre el negocio. Ronald (hijo) posee una fuerte visión nostálgica enlazada a su familia, nuevamente. Finalmente, Ronald (padre) presentó un enfoque del todo aspiracional, mirando su negocio como un medio.

Sobre la posible nomenclatura del negocio, solo Marleny presentó una idea clara de lo que podría ser (ANEXO 3), donde el apellido familiar cobra importancia para la consideración del nombre.

4.1.3 Análisis de las entrevistas al público 2

4.1.3.1 Percepción sobre la marca Galerías Plaza Real. Los arrendatarios, en su mayoría, presentan una conexión emocional fuerte con GPR. Lo ven como el lugar dónde inició su historia de emprendimiento, pero la idea va más allá, consideran que GPR caminó junto a ellos esos años.

Existe un potente sentido de pertenencia, en su comunicación utilizan un lenguaje que evidencia su consideración de GPR como suyo, como una segunda casa, la historia de ellos está conectada a la historia de GPR. Algunos de ellos han crecido en conjunto con la empresa y esa historia en común les permite hablar de la marca como suya.

Para los arrendatarios, la marca está muy vinculada a los fundadores, conciben a los dueños como buenas personas, amables, que siempre manejan buen trato con ellos. Hay una especial relación de la marca con respecto a la familia que la lidera, es difícil desvincular a una de la otra.

Unos de los atributos más importantes para ellos es el reconocimiento de la marca en la comunidad, es una de las razones por las que se quedan como arrendatarios de GPR. Para ellos, es una marca que ya tiene una cierta reputación para ellos y eso les beneficia.

4.1.3.2 Percepción sobre el servicio de Galerías Plaza Real. Los arrendatarios tienen una percepción positiva de GPR, en general. A continuación, se revisará esta percepción por subtemáticas.

Una de los primeros tópicos, que ha resaltado a lo largo de las respuestas a todo el cuestionario, ha sido el trato entre arrendatarios y fundadores. Para ellos, la relación que guardan con los fundadores es muy buena, presentan cierto aprecio y sentido de amistad hacia la familia fundadora. Los arrendatarios consideran que los dueños, en especial el administrador, los impulsan a tener un mejor desenvolvimiento en sus labores diarias como emprendedores. También indican que, aunque pueden tener discrepancias, el trato siempre se realiza con respeto y aprecian estas características de ellos.

Un asunto muy repetitivo en las entrevistas de toda la muestra, arrojó que los arrendatarios están disconformes con la infraestructura de GPR, La mayoría desea que se remodelen las instalaciones con el objetivo de atraer visualmente y dar una mejor imagen a sus clientes finales. Algunos manifestaron que desean que los locales comerciales sean más espaciosos y que se arreglen los techos para evitar filtraciones de polvo que dañen materialmente sus negocios.

Una idea común entre los arrendatarios fue la conformidad con el precio de los espacios arrendados, para ellos el precio es bastante cómodo y accesible. Sostienen que, a comparación de otros locales, GPR tiene los mejores precios y sí está en sus posibilidades solventarlo.

La gran mayoría de la muestra está de acuerdo con la limpieza que se maneja dentro de GPR. Indican que siempre encuentran limpias las instalaciones al llegar a trabajar, sin embargo, dos personas de la muestra sostienen que les gustaría que se realice una limpieza más exhaustiva y que se eduque a sus compañeros sobre hábitos de limpieza.

La totalidad de los arrendatarios tiene una idea positiva sobre la seguridad de GPR, mencionan que nunca se les ha perdido nada en las instalaciones y que los dueños han implementado medidas con respecto a los horarios de cierre para evitar eventualidades. Una

arrendataria, sin embargo, mencionó que debería contratarse a una persona para vigilancia del lugar, una medida que cree necesaria.

También mencionaron que GPR carece de publicidad, tienen la percepción de que los dueños no invierten en ello. Este tópico lo consideran importante para el beneficio de ellos y sus compañeros, opinan que los fundadores deberían destinar inversión en publicidad.

Un último punto referente al servicio que manifestaron todos era la conveniencia de la ubicación de GPR. Ellos sostienen que la zona es perfecta para la realización de sus labores comerciales, es uno de los atributos más resaltantes para ellos y una de las principales razones por las que permanecen con la marca, ya que por la ubicación se ha forjado una reputación.

La reputación de GPR es un factor relevante para ellos y ambivalente. Opinan que el reconocimiento de la marca como galerías de alquiler de prendas de vestir para fiestas les beneficia porque es el centro de convergencia de Catacaos cuando el público desea encontrar una prenda para asistir a un evento. Sin embargo, también consideran que, por esa misma razón, las personas no visitan las galerías para más que ese propósito.

4.1.3.3 Valoración del ambiente en Galerías Plaza Real. En general, el ambiente que se vive en GPR es bueno, para los arrendatarios. Referente a los dueños del negocio, su influencia ha permitido que los arrendatarios consideren el lugar como acogedor y familiar. Uno de los arrendatarios sostiene que ha buscado espacio en otros establecimientos, pero el trato de entrada es meramente comercial y con objetivos muy lucrativos, en cambio en los dueños de GPR ha encontrado ese propósito humano que va más allá de lo lucrativo.

Para ellos, los dueños generan un ambiente de respeto, comunicación constante y, además, les otorgan un impulso emprendedor de superación personal, y lo consideran muy valioso. Los dueños también han aportado de manera aleccionadora al ambiente de GR, una de las arrendatarias explica que tenían altercados por un tema de apropiación de sus clientes finales por otras compañeras, y que los dueños lo solucionaron conversando y otorgándoles intervenciones que ayudaron a mejorar ese ambiente.

Por otro lado, el trato entre arrendatarios es positivo, hay una suerte de sororidad entre ellos, han forjado relaciones más allá de lo profesional, han logrado un trato familiar entre ellos. Sostienen que hay un gran compañerismo, y es una de las principales motivaciones por las que van día a día a GPR.

La relación con ambos grupos, arrendatarios y dueños, les ha otorgado una sensación de comodidad personal que les genera el establecimiento de GPR.

4.1.3.4 Percepción sobre clientes de Galería Plaza Real. Los clientes finales de GPR son personas que buscan precios cómodos y una atención amable. Los arrendatarios tienen la percepción de que los clientes llegan a GPR en la búsqueda de un propósito puntual: alquiler de prendas.

Tienen entendido que su público ya reconoce a GPR como aquel lugar donde pueden encontrar variedad de prendas para todo tipo de fiestas. La muestra cree que los clientes no saben que en GPR no solo de alquiler, sino que también se presta el servicio de venta de ciertas prendas.

También tienen la percepción de que sus clientes desearían encontrar otro tipo de negocios en GPR y que ello les beneficiaría para atraer más personas al establecimiento.

4.1.3.5 Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de Galerías Plaza Real. Sobre la idea que los arrendatarios tienen de GPR, surgieron una variedad de concepciones diferentes para cada uno. Una de las arrendatarias especificó que al pensar en GPR piensa en una familia, lo que se relaciona con la visión de familia fundadora, como también con la relación familiar que existe entre arrendatarios. También resaltó la idea de progreso, GPR concebido como un lugar donde pueden crecer y conseguir sus metas, donde trabajan por ello.

Al consultar sobre la materialización de GPR, respondieron con conceptos positivos, lo que visualizaban era amistad, alegría, un lugar colorido, una casa con una familia. Se entiende que su percepción sobre la marca es positiva.

Cuando se planteó la posibilidad de realizar una nueva nomenclatura del negocio, los arrendatarios soltaron ideas referidas al rubro comercial más resaltante, así como a la ubicación de la misma, ya muy arraigada en la comunidad.

4.2 Lineamientos para la formulación de la identidad corporativa de Galerías Plaza Real

Este estudio entiende las limitaciones que presenta en cuanto a la formulación de una identidad corporativa para Galerías Plaza Real. El análisis temático de las entrevistas ha permitido entender la situación actual de la identidad de GPR, en lo que respecta a esta investigación, a continuación, se hará el establecimiento de unas directrices que servirán como guía para la construcción de la identidad corporativa de la empresa objeto de estudio.

- **Primero.** Para la conformación de la misión de GPR es necesario atender a la información otorgada por ambos grupos de interés: fundadores y arrendatarios. Si bien los fundadores tienen una mayor pertinencia sobre lo que la misión encierra, la esfera de los arrendatarios puede otorgar luces sobre su conexión con

lo que es GPR. Es crucial no prescindir de ello, ya que los arrendatarios forman parte de la identidad de GPR.

- **Segundo.** Existe ya una misión abstracta, pero inherente a la marca. La misión debe atender a ello, un eje poderoso vislumbrado en los resultados de la investigación: el progreso. A nivel de ambos grupos, el factor del progreso que comparten es una clave para llegar al *core* de lo que GPR es, su razón de ser se ha forjado en la idea de progreso y también lo comparten las historias de sus arrendatarios. Lo que debe enlazarse al concepto de la familia, otro factor poderoso en la formulación de la misión de la empresa, que comenzó con una familia y se orienta a familias y a sus historias de crecimiento. Ambos conceptos no deben ser separados uno del otro.
- **Tercero.** Sobre la visión, es una nube difusa aún por parte de los fundadores. Los tres comparten la idea de mejorar la infraestructura del negocio, pero con objetivos distintos, que distan en particular del giro comercial. La tarea será encaminar a los fundadores a una reflexión sobre su giro comercial y su misión, que ya está presente en su empresa de manera implícita. Lo recomendable es que la misión y la visión sean coherentes, con un nuevo giro de negocio orientado a un público totalmente distinto esa coherencia no será posible, sobre todo para una micro empresa familiar donde hace falta realizar muchas mejoras en el negocio inicial. Las aspiraciones de negocio del matrimonio fundador deben ser bien guiados para concentrar esfuerzos en el giro de negocio actual, donde ya tienen un terreno ganado en su comunidad.
- **Cuarto.** La visión se puede formular desde la idea base de que GPR tiene una orientación al progreso de las familias emprendedoras, en especial de mujeres emprendedoras. Su público es, en su mayoría, de mujeres microempresarias, donde existe una oportunidad para formular una estrategia de segmentación a futuro.
- **Quinto.** Con respecto al establecimiento de los valores, el camino es más claro. En los resultados de la investigación se evidencia unos fuertes pilares que están presentes de manera transversal entre grupos internos y arrendatarios. El respeto, la amabilidad, el compañerismo y la solidaridad ya tienen una integración en toda la empresa. Los valores de la familia fundadora han sido asimilados por los

arrendatarios, quiénes hicieron suyos esos valores y los practican en sus labores diarias.

- **Sexto.** Es de especial atención que la empresa ya posee una filosofía inconsciente que también es compartida por los fundadores y arrendatarios. El estudio evidenció que, de manera intuitiva, los dueños aplicaron su filosofía de vida a su empresa que consiste en una visión humana del trabajo y de su impacto en sus clientes y su comunidad. La calidad de personas existente en la familia fundadora ha influido en los arrendatarios y ha generado una cultura organizacional positiva. La filosofía debe atender a esta visión que está inmersa y en correlación con sus valores.
- **Séptimo.** En cuanto al propósito de la organización, se observa que está estrechamente relacionado al seno familiar, tanto para el matrimonio fundador como para el administrador. Sus motivaciones son estrictamente familiares, con un sentido de perpetuidad de su apellido, a través de un sentido humano orientado a las familias de los arrendatarios que se sustentan por su empresa. Este propósito debe vincularse a una proyección en su comunidad.
- **Octavo.** Sobre los giros comerciales de los arrendatarios, en relación a la identidad de GPR, se observa que hay una preponderancia del servicio de alquiler y venta de prendas de vestir en la parte interna del establecimiento, y que ello ha repercutido en la reputación de la empresa. Hay una oportunidad de aprovechar ese reconocimiento y permitir que el rubro se oriente al sector comercial textil, no solo de prendas para fiestas, por lo menos en la parte interna del lugar con proyección al segundo piso, ello dependerá de la decisión de los fundadores.
- **Noveno.** Antes de establecer la identidad visual de la empresa, hay una oportunidad de renombrar a la marca, esto deberá obedecer a la decisión comercial que tome la familia fundadora a raíz de esta investigación. Se tiene otra oportunidad en la formulación del nombre, donde se puede atender a la razón de ser de la marca: la familia, pero también se puede atender a la ubicación de la empresa, por la que ya ha alcanzado un reconocimiento en la comunidad, se sugiere utilizar la palabra Real aludiendo a esa localización. Se recomienda realizar un testeo de *naming* con las opciones resultado.

- **Décimo.** Al momento de darle foco a la elaboración de la identidad visual de la empresa, debe guardar estrecha relación a su identidad ya conformada, el camino que se elija repercutirá en la identidad visual en última instancia. Se recomienda formular un manual de identidad visual.
- **Décimo primero.** Es necesario que la empresa realice una actualización de la infraestructura a futuro, que obedezca a la identidad visual preestablecida.
- **Décimo segundo.** Para la identidad corporativa que logre formularse a partir de estos lineamientos, se sugiere realizar un análisis periódico para asegurar la alineación de todos los puntos de contacto de la empresa con la IC, y también para determinar qué aspectos o atributos diferentes se podrán aprovechar en caso la IC se haya desorientado.





Conclusiones

Primera. Podemos concluir que la identidad está presente dentro de una organización, incluso si no ha sido establecida, definida o formulada, porque la identidad en bruto atiende a la esencia del ser mismo de la empresa. De lo que no se puede hablar es de una identidad sólida, perceptible o reconocible. Para hablar de una identidad corporativa es necesario haberla, primero, formulado, a partir de un diagnóstico a la empresa.

Segunda. Galerías Plaza Real posee una identidad aún difusa, al momento de formular la identidad corporativa, la empresa debe tener claros conceptos bases como el giro comercial presente, los negocios que alberga, y a futuro, su proyección empresarial a largo plazo. Sin embargo, se concluye que la empresa tiene una importante base en valores y misión que sus arrendatarios comparten y que han hechos suyos.

Tercera. Una microempresa familiar sí debe ser analizada con una mirada especial. Las circunstancias sobre las que se desenvuelve la identidad de su organización atienden a un fuerte vínculo con la identidad de la familia misma. Sus valores pueden ser transmitidos a su empresa y asimilados por sus públicos más importantes, tanto internos como externos. Esta conclusión debe apoyarse en futuras investigaciones de la identidad corporativa en familias microempresarias.

Cuarta. El diagnóstico de la identidad corporativa de una empresa es relevante para el reconocimiento del ser de la empresa y la detección de los puntos débiles y fuertes de su esencia. A partir de esta investigación, se espera que Galerías Plaza Real sienta las bases de su identidad, que realice mejoras para la satisfacción de sus clientes y atracción de nuevos clientes, y aproveche el vínculo especial que comparte con sus arrendatarios.



Lista de referencias

- Abratt R. & Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration. *European journal of marketing*. shorturl.at/iknIX
- Balmer, J. M., & Podnar, K. (2021). Corporate brand orientation: Identity, internal images, and corporate identification matters. *Journal of Business Research*, 134, 729-737. shorturl.at/bhrKO
- Cárdenas, R.-A. (2021, 28 de agosto). Comunicación personal. *Entrevista presencial*
- Carrero M., Y. B. (2019). Identidad Corporativa y los Valores Organizacionales, desde un Liderazgo de Avanzada. *Revista Cientific*, 4(14), 347-366. shorturl.at/vzKMY
- Devereux, L., Melewar, T. C., Dinnie, K., & Lange, T. (2020). Corporate identity orientation and disorientation: A complexity theory perspective. *Journal of Business Research*, 109, 413-424. shorturl.at/bvP14
- Duque O., E. J. & Carvajal P., L. A. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de negocios*, 6(13), 114-123. shorturl.at/jzSW1
- Flint, D. J., Signori, P., & Golicic, S. L. (2018). Corporate Identity Congruence: A meanings-based analysis. *Journal of Business Research*, 86, 68-82. shorturl.at/bAEMZ
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s. f.). *Perú: Principales Indicadores departamentales 2009 – 2020*. shorturl.at/gxI18
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Piura: Compendio Estadístico 2017*. shorturl.at/eDMW9
- Meza L., J. (2018). *Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa. Volumen 1: identidad vs. imagen*. Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey. shorturl.at/BSZ38
- Municipalidad Distrital de Catacaos. (2011). *Plan Estratégico Institucional 2011 - 2014*. shorturl.at/jlwTX
- Municipalidad Provincial de Piura. (s. f.). *Plan de Desarrollo Urbano de los Distritos; Piura, Veintiséis de Octubre, Castilla y Catacaos al 2032*. shorturl.at/ejqIL
- Oliver, D., & Vough, H. C. (2020). Practicing identity in emergent firms: How practices shape founders' organizational identity claims. *Strategic Organization*, 18(1), 75-105. shorturl.at/mnowQ
- Redacción El Regional Piura. (2021, 16 de junio). Piura: distrito de Catacaos conmemora 196 Aniversario de creación política. *El Regional Piura*. shorturl.at/akFMR
- Redacción Municipalidad Distrital de Catacaos, (2011, 12 de octubre). Catacaos contará con mercado moderno de tres niveles. *Municipalidad Distrital de Catacaos*. shorturl.at/eqEX2

- Redacción El Comercio. (2014, 17 de diciembre). Catacaos, la zona de artesanos más famosa de Piura. *El Comercio*. shorturl.at/hqtuK
- Simões, C., & Sebastiani, R. (2017). The nature of the relationship between corporate identity and corporate sustainability: Evidence from the retail industry. *Business Ethics Quarterly*, 27(3), 423-453. shorturl.at/dmMN3
- Tonon, G. (2009). *Reflexiones latinoamericanas sobre investigación cualitativa*. Universidad Nacional de La Matanza-Prometeo. shorturl.at/dlGJ0
- Wielsma, A. J., & Brunninge, O. (2019). “Who am I? Who are we?” Understanding the impact of family business identity on the development of individual and family identity in business families. *Journal of Family Business Strategy*, 10(1), 38-48. shorturl.at/twI06
- Zellweger, T. M., Nason, R. S., Nordqvist, M., & Brush, C. G. (2013). Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organizational identity perspective. *Entrepreneurship Theory and practice*, 37(2), 229-248. shorturl.at/ixBRS

Apéndices

a. Presentación

Cuando salí de la universidad, una idea que me llevé conmigo fue que una marca sin una identidad definida no podrá conectar duraderamente con su público ideal, tampoco podrá optimizar con eficiencia sus esfuerzos y mucho menos detectar oportunidades de crecimiento. En mis cortos 2 años como bachiller en comunicación he comprobado esta idea en mi experiencia gestionando marcas de los sectores salud, inmobiliario, transporte, consumo masivo, emprendimientos y marcas personales de médicos.

b. Desarrollo profesional

Inicié mi camino laboral en la empresa que me acogió para mis prácticas preprofesionales como *planner* digital, la agencia de publicidad Búhoo. Pude trabajar el diagnóstico de ecosistema digital de la marca de Chifles San Miguel, el cliente quedó satisfecho y me consideraron para llevar la gestión de la cuenta. El estudio que realicé sirvió como palanca para el rebranding de la marca y me asignaron como su ejecutiva de cuentas.

Durante ese primer año laborando pude hacerme de más cuentas a mi cargo, laboré con restaurantes como Piqa, también con clientes del rubro salud como Clínica Bello Horizonte, entre otros. Esta etapa me otorgó la experiencia para coordinar de la mano de los dueños y gerentes de diferentes empresas, me permitió salir de mi zona de confort, reforzar mis habilidades comunicativas y multitasking.

El trabajo en Búhoo me permitió adquirir una cierta reputación entre mis colegas locales y me abrió las puertas hacia la agencia en la que laboro actualmente, Paradise IMA. Como ejecutiva de cuentas, aquí he podido llevar la gestión de marcas con reconocimiento regional y nacional como Mavila, Inmobiliaria Kinsa, Inmobiliaria Miraflores (ImP), Oftalmológicas del Norte, Autobacks, Honda Piura, entre otros.

En esta segunda casa de trabajo pude adquirir más confianza para llevar reuniones de manera personal y negociar con clientes, practicar virtudes como la paciencia y búsqueda de soluciones rápidas, implementar aplicaciones web y *mobile* en la organización de mi día a día y para el seguimiento de las actividades de mi equipo. Además, pude desarrollar un olfato para la detección de necesidades de mis clientes. Aquí fue donde redescubrí mi pasión por la identidad corporativa y de marca.

Durante estos dos años también pude realizar consultorías, diagnósticos y análisis de status de marca para pequeños emprendedores, a modo freelance. En paralelo, he observado de lejos la construcción de mi empresa familiar en mi localidad de Catacaos y es ahora cuando

deseo aportar con lo poco que llevo de experiencia para consolidar la marca y hacerla crecer con una identidad sólida.

c. Reflexiones finales

Los dos años que llevo en el mercado laboral me han otorgado una suerte de conocimiento y experiencia para gestionar una marca desde su lanzamiento y corroborar mis creencias sobre que lo primero y más básico para que una marca funcione es una identidad bien definida.



21 de setiembre de 2019

CONSTANCIA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

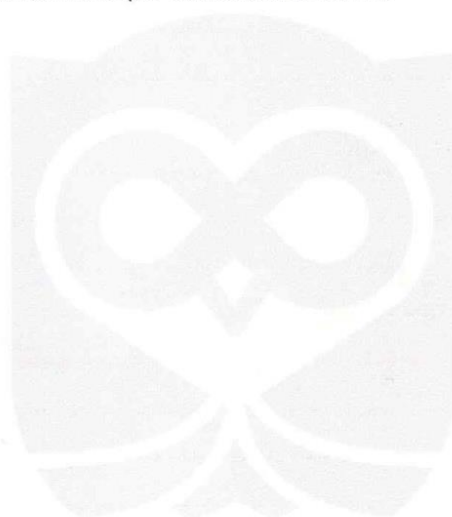
A quien concierna:

Por el presente documento se deja CONSTANCIA que la **Srta. Claudia Sofia Cárdenas Merino**, identificada con el **DNI N° 70984326**, ha prestado sus servicios como Directora de cuentas, mediante un contrato de prestación de servicios sin vinculo laboral alguno, a la empresa Búhoo Agencia de Branding SAC. **desde el 2 de mayo hasta el 20 de setiembre de 2019**, desempeñándose durante su permanencia con responsabilidad, honestidad y dedicación en las labores que le fueron encomendadas.

Se expide la presente constancia para los fines que el interesado estime conveniente.


BUHOO | **LUCCELY RUIZ NAVARRO**
AGENCIA DE BRANDING | GERENTE GENERAL
RUC: 20602699286

Luccely Smit Ruiz Navarro
Gerente General - Búhoo
DNI: 47282455



www.buhooperu.com



+51 930 538 790



administracion@paradiseima.com



www.paradiseima.com

CERTIFICADO DE TRABAJO

Se suscribe el presente documento en representación de la agencia de marketing digital **Paradise Digital Marketing S.A.C.** con ruc 20605359982 con representante legal Juan Ricardo Matias Palma.

CERTIFICA

Que, Claudia Sofía Cárdenas Merino, identificada con D.N.I. 70984326, ha desempeñado el puesto de EJECUTIVA DE CUENTAS, desde el 02 de agosto del 2019 y continúa ejerciendo a la fecha, demostrando durante su permanencia responsabilidad, creatividad, compromiso y dedicación en las labores que le son encomendadas.

Se expide el siguiente documento, de acuerdo con la Ley, para los fines que la interesada crea conveniente.

Piura, 2 de junio del 2021.

Juan Ricardo Matías Palma Ortega

GERENTE GENERAL
DNI 43819992

● PERÚ: Pj. Don Calixto Nro. 124 El Chipe
(Frente a Gobierno Regional) ,Piura

● ECUADOR: Cdla. San Cayetano s/n
(UTPL), prendho

Anexos

Anexo 1. Cuestionario de entrevistas en profundidad a público 1

Variables	Preguntas
Aspectos referentes a la misión de Galerías Plaza Real	1. Si hace memoria sobre los 12 años que GPR ya tiene en Catacaos, ¿a qué vidas cree que ha impactado la creación de su empresa? 2. ¿A quiénes considera como los públicos a los que se debe GPR? 3. Si pensamos en los distintos públicos de GPR, ¿usted cree que hacen algo más que arrendar locales comerciales? 4. Cuando uno inicia un proyecto tiene un escenario en mente al que desea llegar, ¿qué era lo que usted perseguía cuando inició con su empresa? ¿Qué persigue ahora? 5. Imagine que GPR es una persona, si tuviera que describir cómo maneja sus operaciones día a día hacia sus arrendatarios, ¿cómo la describiría? ¿qué rasgos tendría su personalidad?
Aspectos referentes a la visión de Galerías Plaza Real	1. En los 12 años que GPR lleva operando ¿Cuál considera que sea su principal objetivo? 2. ¿Hacia dónde le gustaría llegar con su negocio? 3. Imagine que han pasado 10 años a partir de ahora, ¿cómo ve a su empresa en ese momento? 4. Si en el futuro le preguntamos a un lugareño sobre la percepción que tiene acerca de GPR, ¿cómo le gustaría que responda? 5. Si hablamos sobre el aporte que Galerías Plaza Real hace a la sociedad, ¿cuál sería su aspiración en ese ámbito a futuro? 6. ¿Cómo cree que se adaptará la empresa a los retos del mercado local?
Principales valores identitarios de Galerías Plaza Real	1. Si GPR fuese una persona, ¿qué valores considera usted que la definirían? 2. A lo largo de su historia, ¿qué ha hecho GPR por sus arrendatarios fuera del trato contractual? 3. ¿Qué medidas toma GPR cuando un arrendatario tiene algún percance que le impide asistir a su puesto de trabajo por más de una semana? 4. Escoja tres palabras que describan cómo es que GPR se presenta ante sus arrendatarios, ¿cómo se aplican en el día a día cada una de ellas? 5. Si piensa en cómo la gerencia se relaciona con sus arrendatarios, ¿qué aspectos podría resaltar?

	6. ¿Qué mejoraría de la relación entre sus arrendatarios y gerencia?
Principales motivaciones de la fundación de Galerías Plaza Real	1. ¿Qué objetivo pretendía conseguir cuando comenzó con GPR? 2. ¿Por qué decidió abrir Galerías Plaza Real? ¿Cuáles fueron sus motivaciones? 3. En su opinión, ¿de qué se perdería Catacaos y sus clientes si GPR dejase de existir?
Implicancias del negocio de GPR	1. A modo de autoexamen, luego del confinamiento por el Covid-19, cuando los arrendatarios volvieron a sus locales comerciales, ¿considera que las acciones de GPR fueron las adecuadas? ¿por qué? 2. ¿En qué cree Galerías Plaza Real como organización? 3. ¿Le recomendaría a su mejor amigo alquilar en GPR? 4. ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de las instalaciones de GPR? 5. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar de la relación entre arrendatarios y gerencia? 6. Si usted fuera un cliente de GPR ¿por qué le recomendaría GPR a algún amigo o familiar?
Público al que se dirige GPR	1. A modo de autoexamen, luego del confinamiento por el Covid-19, cuando los arrendatarios volvieron a sus locales comerciales, ¿considera que las acciones de GPR fueron las adecuadas? ¿por qué? 2. ¿En qué cree Galerías Plaza Real como organización? 3. ¿Le recomendaría a su mejor amigo alquilar en GPR? 4. ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de las instalaciones de GPR? 5. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar de la relación entre arrendatarios y gerencia? 6. Si usted fuera un cliente de GPR ¿por qué le recomendaría GPR a algún amigo o familiar?
Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de GPR	1. Cuando piensa en GPR, ¿qué se le viene a la mente? 2. Le invito a cerrar los ojos un momento, imagine que GPR es un objeto y se materializa poco a poco en su mente, ¿qué es lo que ve? 3. Si la empresa no se llamara GPR, ¿qué nombre le pondría? (en caso no se le ocurra nada, preguntar: ¿o qué aspecto esencial de GPR debería considerarse para un nuevo nombre?)

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Cuestionario de entrevistas en profundidad a público 2

Variables	Preguntas
Percepción sobre la marca Galerías Plaza Real	1. ¿Qué significa GPR para usted? ¿Cómo lo describiría? 2. ¿Cuáles son las características resaltantes de GPR para usted? 3. ¿Cuáles considera que son las debilidades y fortalezas de GPR? 4. En cuanto al funcionamiento general de la marca, ¿qué valores destaca de GPR? 5. Si pudiera mejorar algo de GPR, ¿qué sería? 6. ¿Por qué le recomendarías GPR a otro empresario como tú?
Percepción sobre el servicio de GPR	1. ¿Por qué decidió apostar por GPR? 2. ¿Está conforme con el servicio que GPR le brinda? ¿En qué sentido está o no está conforme? 3. En sus años junto a la marca, ¿cuál o cuáles son los aspectos que más valora de GPR? 4. ¿Considera que las instalaciones son adecuadas? ¿Considera que las instalaciones se mantienen limpias? 5. Hemos observado que lleva X años con GPR, ¿qué es lo que le ofrece la marca para que haya permanecido con ella hasta ahora? 6. ¿Recomendarías a otra persona alquilar en este espacio?
Valoración del ambiente en GPR	1. ¿Por qué decidió apostar por GPR? 2. ¿Está conforme con el servicio que GPR le brinda? ¿En qué sentido está o no está conforme? 3. En sus años junto a la marca, ¿cuál o cuáles son los aspectos que más valora de GPR? 4. ¿Considera que las instalaciones son adecuadas? ¿Considera que las instalaciones se mantienen limpias? 5. Hemos observado que lleva X años con GPR, ¿qué es lo que le ofrece la marca para que haya permanecido con ella hasta ahora? 6. ¿Recomendarías a otra persona alquilar en este espacio?
Percepción sobre clientes de GPR	1. ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR? 2. ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR? 3. ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR?
Aspectos referentes a nomenclatura e identidad visual de GPR	1. ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR? 2. ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR? 3. ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR?

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Desgrabaciones de entrevistas en profundidad a público 1

Entrevistado 1: Marleny del Socorro Merino Cardoza	Fecha de entrevista: 28 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): señora Marleny, si hace memoria sobre los 12 años que GPR tiene en Catacaos ¿A qué vidas cree que ha impactado la creación de su empresa? Entrevistada (E1): bueno, ya tenemos ahí 12 años con la galería y ¿A qué personas exactamente? E: ha impactado... E1: ha impactado, bueno al sector B porque son personas que buscaban una especie de negocio con qué sostenerse y creo que llegó a esa gente, a esas personas, familias pequeñas que buscaban un negocio para sustentar su modo de vivir, allá en Catacaos la mayoría son comerciantes y faltaba así una galería, pequeños negocios para alquilar, todo se concentraba en el mercado, pero, a partir de que nosotros hicimos esa galería poco a poco la gente fue buscando dónde poner un pequeño	

negocio. Cuando empezamos me acuerdo que vinieron, por decir, varias personas que querían poner negocios de joyería, porque allí Catacaos es de joyas, ¿no?, de productos de algarrobina, miel, bueno pero al principio un poco que no pegó porque más la gente se concentraba en la calle comercio, o sea allí era el punto y para irse hasta donde estamos ubicados nosotros, a media cuadra del mercado, entonces no pegaba mucho, o sea sí entraba gente pero poco, como todo negocio al principio no entraban, a veces la gente como que se aburría y dejaba el alquiler, dejaba el local, pero, poco a poco la gente iba buscando, unos alquilaban para piñatería otros alquilaban para zapatería, lencería, ahí uno que otro pasaba el tiempo hasta que poco a poco fueron posicionándose en personas, señoras que querían poner negocio de ventas de alquiler de ropa para fiestas, por decir, para bautizos, quinceañeros, para matrimonios, para graduaciones, entonces entraron 3 al principio; que es la señora Gloria; luego entró la señora Angelita, que ya no está ahorita en la galería, que fueron las fundadoras, por decirles así, entonces ellas entraron con ese tipo de negocios, alquiler de trajes y ahí empezó, todo empezó ahí, entonces poquito a poquito la gente de allá, en Catacaos la gente son del campo también, de La Arena, de La Unión, entonces esa gente de bajos recursos llegaba a alquilar un traje porque a veces tenían sus compromisos y no era accesible a que ellos pudieran mandarse a hacer o a comprar algo, ¿no? Era un poco más de gasto, entonces ellos alquilaban un traje que para el ratito no era mucho el costo, alquilaban hasta los zapatos, corbatita y todo para estar puestecitos ese día de su compromiso, y así poco a poco, entonces veían otras cosas que el negocio les daba, los fines de semana se llenaba eso porque los fines de semana eran fiestas, bautizos, compromisos, todo, entonces eso fue, así empezó y ya otras personas quisieron hacer el mismo negocio y ahorita todo es de alquiler de trajes de ropa para graduaciones, donde tú vayas encuentras algo para algún compromiso, desde venta hasta alquiler.

E: ¿A quiénes considera como los públicos a los que se debe GPR?

E1: bueno, el público que llega son señoras, la mayoría son señoras y los jóvenes, los jovencitos porque en Catacaos hay la tradición de que se celebra los quinceañeros a todo dar, por decir, se celebran con todas las pompas, llegan las chicas, llega la quinceañera y se trae a otras 15 chicas para que también alquilen para ese compromiso.

E: estamos hablando solamente para el rubro textil

E1: rubro de textil, claro, bueno ahorita en la galería también hay confecciones, en mi caso, yo también estoy incluida allí en confecciones, la gente se manda a hacer su ropa a medida y llega, pero la mayoría son las señoras que llegan con sus hijos, casi hombres poco porque más la que va a alquilar es la señora con sus hijos, esa clase de personas.

E: si pensamos en los distintos públicos de GPR ¿Usted cree que hacen algo más que arrendar locales comerciales?

E1: ¿Me podría explicar mejor? ¿Cómo así?

E: el público al que va dirigido GPR, estamos hablando de los arrendatarios ¿Usted considera que se hace más allá del simple hecho de arrendar el local? Que hay, no sé, algo más que agregar

E1: ¿Algo más que los lleve a alquilar?

E: sí

E1: a ver, ¿Qué podría ser? Yo creo que... bueno, a ver, empezamos porque la mayoría de los que alquilan allí son señoras, como te digo, la mayoría son mujeres, te estoy hablando de adentro, de afuera son abarotes, pero la mayoría son mujeres, como te digo.

E: ¿Los de afuera también forman parte de ...?

E1: sí, los de afuera también forman parte de la galería, pero afuera es abarotes, son tres hombres que son, la mayoría son mujeres. Bueno, las mujeres alquilan porque quieren tener un ingreso para sus familias, ¿no?, pero, también yo creo que van a la galería para hacer compañerismo porque la galería ahorita es como una familia, ya todas se conocen, cuando es cumpleaños de alguna amiga se reúnen y hacen un compartir, yo creo que las llama porque alquiló la amiga y la otra también va y: “mira, el negocio está bueno ¿Qué te parece si alquilas también tú?”, entonces las trae de repente, digo yo.

E: cuando uno inicia un proyecto tiene un escenario en mente al que desea llegar ¿Qué era lo que usted perseguía cuando inició con su empresa y qué persigue ahora?

(TRADICIÓN, DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN)

E1: al principio cuando nosotros iniciamos lo de la galería pensábamos en nuestros ingresos, en nuestros ingresos, pero ahorita viendo bien cómo está ahí el negocio es algo que va, para mí, que va a perennizar porque es a futuro, los que alquilan ahí son personas que ya sus hijos han crecido, incluso, ahí, son doce años ya, y ahora dejan a los hijos en el negocio. Por ejemplo, alquiló una señora que hace 12 años, por ejemplo, la señora Gloria, que es la que está como fundadora ahí, ya se queda su hija, que ya estudia, trabaja, pero ya se queda en la galería, de vez en cuando ve que el negocio es una entrada para la familia entonces es algo a futuro que uno les alquila y su negocito va a seguir de generación en generación y así...

E: ¿Qué se podría decir que sigue ahora?

E1: eso, que sea... un negocio que tiene que verlo a futuro para ... si yo pongo un negocio entonces que lo sigan los hijos...

E: continuidad

E1: continuidad, por decirlo así, ¿no? Que continúe el negocio

E: imagine que GPR es una persona, si tuviera que describir cómo maneja sus operaciones día a día hacia sus arrendatarios ¿Cómo la describiría? ¿Qué rasgos tendría en su personalidad?

E1: es una familia la galería, bueno, me dices que es como una persona, ¿no? Si porque nosotros, bueno, estamos atentos a sus necesidades, por decirlo así, siempre estamos pendientes de que cuando no llega alguien: “¿Por qué no ha llegado?” de repente se ha enfermado, ¿no? Entonces siempre estamos pendientes de algo, de repente algunas no pueden cumplir con el alquiler, entonces nosotros esperamos porque de repente sabemos que de repente tienen algún problemita por ahí y esperamos y ellos conversan con, en este caso el administrador es mi hijo, y les da diéttas para cumplir con el alquiler, somos considerados de alguna manera con ellos, somos como una familia prácticamente.

E: En los 12 años que GPR lleva operando ¿Cuál considera que sea su principal objetivo?

E1: principal objetivo ¿Financiero dices tú o cómo?

E: De todos los objetivos que tenga ya sea económicos, familiares, sociales ¿Cuál cree usted que es la prioridad durante estos 12 años?

E1: ahí la galería, bueno, la prioridad, bueno, económicamente nos mantenemos por eso, ¿no? Desde los inicios la familia se ha mantenido de eso, pero, también mantenemos una especie de compañerismo, armonía entre todos los inquilinos

E: ¿Hacia dónde le gustaría llegar con su negocio?

E1: que continúe, ¿no? Que continúe el negocio a través de mis hijos, nosotros tenemos planeado hacer que la galería tenga segunda planta, con mi esposo pensábamos poner un restaurante arriba, de repente un hospedaje porque también es turismo Catacaos, no lo hemos podido hacer, pero, ojalá que ellos continúen con el negocio porque a mis hijos ya los conocen también, que continúen de repente con un préstamo ya grande, grande para que se tire el primer nivel con techo aligerado y continuar arriba, mejorarlo de repente ya con cerámico, hacer mejoras en la infraestructura para que sea más atractivo a la gente que va a llegar a comprar también.

E: imagine que han pasado 10 años a partir de ahora ¿Cómo ve a su empresa en ese momento?

E1: lo veo mejorado

E: ¿En qué sentido?

E1: en infraestructura porque es nuestro objetivo, como te digo, en infraestructura, en negocios más diversos que hay ahora tal vez, ¿no? Porque como lo vean de repente la gente se anima a más, a poner otro negocio

E: si en el futuro le preguntamos a unos lugareños la percepción que tiene acerca de GPR ¿Cómo le gustaría que respondieran?

E1: en forma positiva, y lo hacen porque cuando uno toma un taxi, yo he tenido oportunidad de tomar un taxi colectivo de un lugar lejano a la galería, entonces digo: “llévame a la GPR” y si la conocen, “Ah ya, señora, la llevo” y les digo: “¿Si conoces?” y dicen: “Sí, donde alquilan los trajes, yo he alquilado ahí y bien chévere” te habla la gente, o sea tienes esa perspectiva que si quieres alquilar un traje vas ahí y vas a encontrar la talla, todo para ti.

E: si hablamos del aporte que GPR hace a la sociedad en cualquiera de sus aspectos, el aporte que hace ¿Cuál sería su aspiración en ese mismo ámbito a futuro? De repente en el ámbito social cómo lo vería a futuro, en el ámbito económico cómo lo vería en ese mismo aspecto a futuro

E1: de aquí en 10 año

E: hablemos a futuro

E1: mejor, ¿no?, porque sería un ingreso mayor para las familias que están ahí, superarse de nivel, quizá mejorar a través de sus ingresos que tienen en alquilar, mejorar su stand, su estatus social, sus casas, poderle dar educación a sus hijos a través de esos negocios y como que pasa, ¿no?, porque yo escucho a las inquilinas que tienen a sus hijos estudiando en la universidad y es a través de esos mismos negocios que ellos lo realizan y ya hay hijos de inquilinas que se han sustentado, son profesionales gracias al esfuerzo que hacen sus papás dentro del sitio que están ellos alquilando, o sea a través de esos ingresos ellos han dado educación a sus hijos, lo veo así.

E: ¿Cómo cree que se adaptará la empresa a los retos del mercado local? de repente en el mercado local hay cierta competencia, hay nuevos retos, hay actualizaciones entre los mismos comerciantes ¿Cómo la empresa va a adaptarse a los cambios?

E1: seguir ¿no? Paso a paso con lo que viene, nuevos negocios, tecnología de repente, publicidad

E: innovar

E1: innovar en publicidad, en infraestructura, si se trata de mejorarlo, de hecho, que se mejora porque la competencia es dura ahorita, hay unas galerías que también están saliendo y bueno hay que seguir ahí, darle atención también al cliente, o sea conversar con los inquilinos y con ellos ver qué se puede mejorar con ellos, preguntarles y seguir innovando también

E: si GPR fuese una persona ¿Qué valores considera usted que la definirían?

E1: el compañerismo, la solidaridad porque cuando le pasa algo a alguien todas, incluyéndonos a nosotros, apoyamos, alguna enfermedad o algún impase que tengan siempre estamos preocupándonos también por ellos mismos, ¿no?

E: A lo largo de su historia ¿Qué ha hecho GPR por sus arrendatarios fuera del trato contractual?

E1: que me venga a la memoria, a ver...

E: tal vez una acción particular, tal vez algo que se repite constantemente y que escapa del tema de la contratación solamente

E1: bueno, cuando son los aniversarios, este año no hemos podido celebrar por el tema de la pandemia, pero, todos los años había un compartir, una mañana deportiva con las chicas, se organizaban y hacían vóley, se organizaban para hacer un ... los hombres, que son pocos, también se metían, hacíamos una mañana deportiva, compartir, una misa que se hacía y estar ahí, ¿no?, compartiendo con ellos ese día, una semana pues hacíamos publicidad para hacerles saber que estábamos de aniversario, de vez en cuando se hacía una rifa para los que compraban y se hacía un 10% de descuento en cualquier alquiler, todas ya sabían que por esa semana que era de aniversario se les hacía a los que iban, o sea a los clientes, un 10% de descuento entonces aplicaban todos ellos

E: ¿Qué medidas toma GPR cuando un arrendatario tiene algún percance que le impide asistir a su puesto de trabajo por más de una semana?

E1: por más de una semana, nosotros los esperamos y llamamos, entonces: "Explicame el problema", seguimos esperando porque también somos conscientes de que de repente por alguna enfermedad o por algún motivo de trabajo de algún familiar no ha podido ir, de repente tienen una cita o por viaje también, entonces, esperamos, simplemente esperamos y se acercan ellos a abrir su local y a continuar con su trabajo, pero, si ya más de una semana, ahí ya uno se preocupa más porque no llega, de repente ha pasado una cosa más preocupante que ya no podemos pues ahí...

E: en ese caso ¿Qué medidas toma? Si pasa una semana

E1: si pasa una semana, bueno, no nos ha pasado, siempre estamos, como te digo, en contacto, en continua comunicación porque tenemos los teléfonos y ellos también llaman. Nos ha pasado ahora mismo un inquilino, pero, por esta enfermedad del COVID, sí, nosotros lo hemos llamado y efectivamente nos contestó su esposa y dijo que estaba internado por COVID, ¿no?, porque no llegaba entonces ya fue preocupante, entonces al saber que ya estaba, nosotros más bien hemos hecho una colecta entre todos los inquilinos y le dimos a su esposa como una especie de colaboración económica incluyéndonos nosotros, para que vaya y pueda asistir, pero ya se recuperó el doctor, ya regresó a la galería, ya está mejor y casi se ha ausentado, después de su tratamiento, se ha ausentado un mes y en el lapso de ese mes ya el administrador, en este caso mi

hijo, lo ha considerado para que él pueda continuar y que no se preocupe del pago porque como ha estado con enfermedad, lo ha considerado en ese aspecto.

E: escoja tres palabras que describan cómo es que GPR se presenta ante sus arrendatarios

E1: en los precios (accesibles) de los alquileres, que es cómodo el alquiler y el trato con el inquilino es como si fuera de una familia, compañerismo...

E: ahora cada una de esas palabras que usted ha mencionado ¿Cómo se aplican en el día a día cada una de ellas? Un ejemplo de cada una según lo que me ha comentado

E1: el compañerismo, por ejemplo, todas cuando llegan se saludan, se preocupan, se van, se despiden. Si, por ejemplo, tienen que salir un ratito de su stand y no hay nadie que les cuide, salen por alguna emergencia, entonces la otra compañera: “ya, anda, yo te cuido”, tiene que ir al banco, no sé qué cosa, entonces le cuida el stand, permanece abierto. Si viene alguien a comprarle, la compañera le ayuda a vender, a tal punto llegan ahí porque en otro sitio no te hacen eso, ¿no? Entonces ellos son muy unidos, la unión, eso también puede ser, la unión que hay entre todos.

E: en el caso del precio cómodo

E1: precios cómodos, claro, los mejores precios dan ahí, tú vas a alquilar un vestido de fiesta, por decir, a Piura, te cobran 10 o 20 soles más, en cambio acá en la galería traen bonitos vestidos, traen las mejorcitas cosas que hay porque ellos viajan a Gamarra y sí, mira, son precios muy accesibles para toda la familia

E: si usted piensa en cómo la gerencia se relaciona con sus arrendatarios ¿Qué aspectos podría resaltar?

E1: ¿Del administrador?

E: de cómo la gerencia se relaciona con sus arrendatarios

E1: hay bastante comunicación, se les tiene el teléfono y cuando hay algún problema, inmediatamente ellos mandan un mensaje, entonces tiene una entrevista con mi hijo, un diálogo con él para hacer cualquier consulta y poder resolver el problema que tienen de repente.

E: ¿Qué mejoraría de la relación que tienen sus arrendatarios y gerencia?

E1: ¿Qué mejoraría? ¿De ellos para el arrendador? ¿No?

E: de la relación en general por ambas partes

E1: ¿Qué mejoraría? Yo creo que, así como está, está bien, sí, no hay mayor problema

E: ¿Qué objetivo pretendía conseguir cuando empezó GPR?

E1: al principio que sea una galería, que sea conocida también en Piura, por el giro que tienen del alquiler, que ahí puedo llegar y alquilar toda clase de ropa para los compromisos

E: ¿Por qué decidió abrir GPR? ¿Cuáles fueron sus motivaciones?

E1: porque no había ese tipo de galerías cerca del mercado, todos eran comercios dispersos y nosotros decidimos hacer eso porque había gente que quería en realidad alquilar para negocios así pequeños entonces por el espacio que nosotros teníamos, iniciamos ese tipo de negocio de alquilar para que hagan un alquiler y estaba cerca al mercado, incluso.

E: en su opinión de qué se perdería Catacaos y sus clientes si GPR dejase de existir

E1: que ya no habría un sitio donde alquilar ese tipo de ropa porque, como te digo, la galería se conoce por el giro, por la venta y alquiler de ropa para compromiso y no hay en Catacaos, no hay otro sitio, solo ahí.

E: a modo de autoexamen, luego del confinamiento por la COVID 19 cuando los arrendatarios volvieron a sus locales comerciales ¿Considera que las acciones de GPR fueron las adecuadas?

E1: bueno, me parece que al principio no fueron las adecuadas

E: ¿Por qué?

E1: porque en este caso mi hijo les pidió que ya no saquen nada porque antes se les permitía sacar todo, vitrinas, maniqués, todo, lo llenaban todo, pero como llegó defensa civil y no nos permitió, que en los corredores dejaran libre para algún percance, como ahora hay sismos y toda esa cosa, entonces los de defensa civil estaban ahí vigilando: “no, no, por favor, vitrinas, nada”, entonces mi hijo les dijo que las vitrinas en todo el corredor ya no se les permitía y eso podría ser un ... pero era obligado por defensa civil, no que nosotros dijimos, los de defensa civil estaban ahí y hasta ahora están ahí vigilando

que las vitrinas estén, que los corredores estén libres y eso un poquito que les incomoda ahorita a los inquilinos de no poder sacar todo lo que podían sacar antes porque llenaban todo, era un mercadillo, nosotros les permitíamos todo eso, pero, ahora está un poco más ordenado, por decirlo así, todo está libre, los corredores, si sacan maniqués ordenaditos y pocos.

E: pero por parte de GPR ¿Cree que las medidas fueron adecuadas? Medidas propias de ...

E1: sí, sí, porque creo que es mejor para ellos mismos, fue mejor que comenzaran de nuevo sus negocios, pero, ya con esas mejoras, que sacaran todo, incluso, antes dejaban toda la basura ahí y nosotros teníamos que recoger toda la basura, no, ahora cada quien se hace cargo de su propia limpieza, todo ordenadito ¿no? Y eso bueno ha mejorado en la limpieza porque antes dejaban todo sucio, ahora ya está mejorcito.

E: Considere que GPR es una persona, es una entidad o una institución con creencia propia ¿En qué cree esta institución como organización? ¿Cuál es su pensamiento como organización? Su creencia

E1: una empresa, diría yo, pero que todos sus componentes se manejan de acuerdo al buen trato, a la conversación que hay entre ellos

E: ¿Le recomendaría a su mejor amigo alquilar en GPR?

E1: sí, definitivamente sí, porque va a encontrar lo que él está buscando, definitivamente, a la segura

E: ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de las instalaciones de GPR?

E1: las instalaciones, como te digo, mejorar la infraestructura de repente ponerles un piso de cerámico, mejorar la primera planta, adecuarles mejor sus stancitos, tal vez.

E: ¿Qué aspectos considera que debería mejorar en la relación de arrendatario y gerencia?

E1: en el control de los pagos porque a veces se olvidan que les toca pagar y tiene que llamarlos mi hijo, tiene que ponerles un mensajito, a veces unos son bien puntuales y a veces unos sí se olvidan, pero, lo pagan al final.

E: Si usted fuera un cliente de GPR ¿Qué le recomendaría? ¿Por qué le recomendaría GPR a algún amigo o familiar?

E1: porque ahí va a encontrar lo que necesita y por el trato que le van a brindar los inquilinos, o sea como tratan al cliente, lo tratan de la mejor manera

E: En su opinión ¿Cómo son las personas que trabajan en GPR? ¿Qué perfil tienen?

E1: ya, son personas sencillas que buscan un ingreso a través de sus negocios, que les gusta estar ahí vendiendo

E: ¿Qué tipos de emprendimientos son los que reúnen GPR?

E1: bueno, ahí dentro de la galería, la mayoría son, como te digo, de alquiler y venta de trajes, pero, también hay zapatería, del rubro textil y en los exteriores hay abarrotes, venta de productos de primera necesidad, verduras, pero afuera, adentro sí es todo lo que es alquiler y venta de trajes para toda la familia.

E: pero esa parte que está afuera también pertenece a GPR

E1: sí, la parte de afuera, la parte de la esquina es todo ya alimentos balanceados para los animales, son alimentos balanceados, abarrotes, granos, frutería, incluso hay afuera una señora que es confeccionista, una pollería, zapatería, verduras, lencería.

E: ¿Qué cree que sus arrendatarios opinan de GPR?

E1: que somos personas, ¿no sé si me considero buena?, que somos personas buenas, que somos de trato amable con ellas, confiables

E: según lo que ha observado ¿Cuál es el perfil de los clientes finales que llegan a GPR? ¿Puede describirlo?

E1: sí, son personas sencillas que trabajan de repente en Piura, que tienen algún compromiso, llegan a alquilar, también llega gente del campo, tienen sus compromisos y llegan a alquilar

E: cuando piensa en GPR ¿Qué se le viene a la mente?

E1: ropa, confecciones, ir a comprar productos de primera necesidad también y ahí lo va a encontrar

E: le invito a cerrar los ojos un momento, ciérrelos, imagine que GPR es un objeto y se materializa poco a poco en su mente ¿Qué es lo que ve?

E1: ¿Cómo lo veo yo a la galería?

E: ¿Qué objeto ve que representa a la galería? Imagínese que la galería es un objeto y que se va materializando poco a poquito ¿Qué es lo que ve? ¿Qué visualiza?

E1: un bien, un edificio veo yo ahí, un edificio de dos pisos veo a futuro, así lo veo yo.

E: Si la empresa no se llamara GPR ¿Qué nombre le pondría?

E1: Negocios Cárdenas, así le llamaría...

E: por la familia que son ustedes

M: ajá

E: muy bien, señora Marleny eso ha sido todo...

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 2: Ronald Alfonso Cárdenas Merino	Fecha de entrevista: 26 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): Empecemos entonces, si hace memoria sobre los 12 años que galerías Plaza Real ya tiene en Catacaos a qué vidas crees tú que ha impactado la creación de su empresa. Entrevistado (E2): Hablando de manera comercial por así decirlo, en general con respecto a la gente que ha venido alquilando todos estos años, yo creo que a la mayoría ha generado bastante impacto, esta empresa que funda mi padre en este caso, por así decirlo porque es un negocio familiar al fin de al cabo, mi padre lo genera tanto como beneficio propio familiar y para beneficio de los arrendatarios, por así decirlo, a las familias también, los pequeños empresarios que inician un negocio para llevar el sustento día a día de su familia. Y creo que en la mayoría que ha venido arrendando todos estos años ha generado un gran impacto, no de repente no los ingresos que han generado seguro o algunos sí, pero yo creo que sí impacta porque de todos los que lo que he tenido a lo largo de este tiempo continúan y los ya retirados siempre han estado agradecidos conmigo y con mi familia. E: ¿A quiénes consideran como los públicos a los que se deben galería Plaza Real? E2: A qué público me dirijo por así decirlo, los pequeños empresarios, no puedo hablar mucho de grandes empresarios, salvo que se animen a empezar un nuevo negocio acá, tenemos stands pequeños para iniciar un negocio, iniciar un negocio a baja costo de alquiler y pueda poco a poco generar sus ingresos, y a la vez hacer conocer su marca o producto de alguna otra manera desde el punto de partida que nosotros le damos. E: ¿si pensamos en los distintos públicos de galería plaza real usted cree que hacen algo más que arrendar locales comerciales? E2: Sí claro, claro que llegamos también, no solo a las personas interesadas en netamente alquilar sino a las a las familias externas que lógicamente vienen le compra los inquilinos y poco a poco de voz en voz ellos se dan a conocer, y a la vez las familias tienen un punto a donde ir, saben que van acá va a encontrar lo que necesita. Y a la hora que ellos ya poco a poco han hecho conocimiento. E: Cuando uno inicia un proyecto tiene un escenario en mente al que desea llegar qué era lo que usted pensaba, perseguía cuando inició con su empresa que persigue ahora la diferencia entre el inicio y el momento en el que se encuentra ahora. E2: El inicio fue muy duro inicio, fue sumamente duro porque nadie nadie casi nadie apostaba, por la galería, al inicio fue como todo negocio, fue sacrificado, porque lo que no se esperó por nuestra parte dar el impacto que queríamos, de repente alquilar todo los stans que actualmente hay o todos los stans comerciales que teníamos disponibles no, poco a poco se ha ido iniciando de alguna una u otra manera, desde ese punto y hablando al momento actualmente, a pesar de situación de la pandemia, y todo porque a pesar que fue una baja muy fuerte para nosotros también. Sí proyectamos a más también, proyectamos a tratar de mejorar la galería y te habrás dado cuenta que hay un primer nivel queremos seguir a un segundo nivel y superiores. E: Imaginé que galería plaza real es una persona si tuviera que describir cómo maneja sus operaciones día a día hacia sus arrendatarios, ¿cómo la describiría que rasgos tendría su personalidad.	

E2: Muy servicial, por qué acá los inquilinos se sienten cómodo, por así decirlo, la gran mayoría que han tratado personalmente conmigo y me conocen tanto mí y mi familia, a lo que nosotros damos por este negocio día a día y tratamos de mejorar también día a día, hablo por los que, de verdad, hablé por los que de verdad nos conocen y han tenido el gusto de conocernos, ellos saben perfectamente como tú, como tú lo plantean si es una persona que de una manera nosotros lo tratamos de hacer lo más servicial posible, lo más cómodo posible para que ellos también no se sientan presionados, tanto yendo un poco al tema económico por así decirlo y en meses en los que el inquilino de repente no puede sustentar lo que en la fecha que se les diga, se le da unos días espera, sin ningún inconveniente. La única palabra que podía definir sería servicial.

E: En los 12 años que Galerías Plaza Real lleva operando ¿cuál considera que sea su principal objetivo?

E2: Llegar a todos a todas las familias que están en el nivel de Catacaos como a nivel de Piura. Saber que aquí normalmente la gente está dispuesta a brindar servicio desde la hora 0 por así decirlo hasta tal vez el último que se puede. Y saber que las familias pueden encontrar aquí lo que necesitan.

E: Hacia dónde le gustaría llegar con su negocio.

E2: Lo más alto posible, lo más conocido posible y mejorando día a día, mejoras lógicamente también para los inquilinos, porque ellos también se merecen mejoras día a día, mientras a ellos también les vaya bien creo que todo el mundo va a estar contento.

E: Imagine que han pasado 10 años desde este momento. ¿Cómo ve a su empresa en ese momento?

E2: Mejor, mejor de lo que está ahora, mucho mejor creo que como venimos haciendo las cosas día a día qué apuntamos a algo que nos deje vivir plenamente y sin preocupaciones.

E: Si en el futuro le preguntamos a un lugareño sobre la percepción que tiene acerca de Galería Plaza Real como le gustaría que respondiera.

E2: Qué es una galería donde uno puede llegar y puede sentirse cómodo, dialogar con los inquilinos, encontrar gente cordial lo más saludable posible, tanto mentalmente como de manera hablando de un punto económico que sea accesible.

E: Si hablamos sobre el aporte que galerías Plaza Real hacia la sociedad ¿Cuál sería su aspiración en ese ámbito a futuro?

E2: Creo que ya lo venimos haciendo poco a poco, ¿no?, la gente ya sabe, conoce los costos que tienen acá. La gente que atiende, los horarios, la comodidad que encuentra, que en cualquier momento puede llegar y va a encontrar todo lo que necesite. Creo que es un ámbito regular, creo que ya antes de la pandemia éramos muy conocidos y sigue siendo conocido, gracias a Dios.

E: ¿Considera que estas mismas cualidades se deben proyectar a futuro también?

E2: Claro y mejor, lógico.

E: ¿Cómo cree que se adaptará la empresa a los restos del mercado local?

E2: Es una gran lucha que vamos a tener porque a la redonda tenemos bastantes locales, obviamente para todos amanece como criollamente se dice, pero queremos tener un poco más captado al público del empresario que quiere iniciar con su negocio y se proyecta a más con nosotros.

E: Si galería Plaza Real fuera una persona qué valores considera usted que la definiría.

E2: Respeto, la cordialidad, la honestidad, ser solidarios con las personas que llegan y dar el mejor servicio posible.

E: A lo largo de su historia ¿qué ha hecho galerías plaza real por sus arrendatarios fuera del trato contractual?

E2: El mejor trato porque fuera de que son arrendatarios, no solamente nos ven como imagen de una arrendado sino como un amigo, tanto a mí como a mi familia pueden sentirse en algún momento cómodos de pedir alguna ayuda o algo cuando se necesite.

E: ¿Qué medidas toma Galería Plaza Real cuando un arrendatario tiene algún percance que le impide asistir a su puesto de trabajo por más de una semana?

E2: Normalmente lo que nosotros hacemos es del día uno ya con el tiempo pasado conocemos los días que atienden aquí entonces es y cuando ya no damos cuenta del primer día, segundo día, estamos llamando porque estamos comunicados para

ver que lo que está sucediendo y también saber de manera personal que lo que pasa con esta persona. No solamente hablando por temas del local sino para saber lo que está sucediendo con el inquilino.

E: Escoja 3 palabras que describan cómo es que GPR se presenta ante sus arrendatarios. ¿Cómo se aplican en el día a día cada una de ellas?

E2: Para mí, 3 palabras sería yo creo, poniéndome un poco en los zapatos de los inquilinos. Sería bueno, sería seguridad, tranquilidad. El inquilino ya se siente seguro de estar aquí y a la vez tranquilo que en cualquier momento puede venir y atender su local en este caso, dentro de la puntualidad.

E: Cómo se aplica cada una de estas palabras que acaba de mencionar en el día a día.

E2: Con respecto al tema de la seguridad nosotros sí le brindamos la máxima seguridad posible que hay aquí, que sienta que en el momento que abren y cierran ellos están muy seguros y saber que sus cosas tan cuidadas que están protegidas. Y la tranquilidad de saber que en cualquier momento pueden llegar, y ellos saben ya los horarios que pueden tener o en qué momento pueden atender. Impacta bastante y lo define día a día prácticamente porque son sucesos que a veces el mismo inquilino no lo espera en el día y de un momento a otro se da.

E: Si piensa en cómo la gerencia se relaciona con sus arrendatarios qué aspecto puede resaltar.

E2: Que la amistad porque aquí como dueños nos ven como amigos que puede contar con nosotros, contar sus problemas y darles solución en conjunto.

E: Qué mejoraría de la relación entre sus arrendatarios y la gerencia.

E2: Que mejoraría. La comunicación, ser un poco más comunicativos y saber lo que está sucediendo en el día a día.

E: Qué objetivo pretendía conseguir cuando comenzó con Galerías Plaza Real.

E2: El objetivo principal. Hablando en general mi familia y yo es lógicamente la solvencia y subsistir en un conjunto en familia como toda persona pone un negocio y es para que le pueda brindar las necesidades que puedan cubrir las necesidades, al inicio proyectamos netamente eso, lógicamente dar buen servicio y tratar de alguna manera todos los aspectos que involucran el alquiler de stands comerciales, pero también el punto fijo también era ese y como que en el paso del tiempo se ha ido dando tranquilamente.

E: ¿Por qué decidió abrir Galería Plaza Real, cuáles fueron sus motivaciones?

E2: La motivación principal de mi padre de poder asistir a su familia, netamente eso, es la única definición que podemos tener, asistir y darle la comodidad que su familia se merece.

E: En su opinión ¿de qué se perdería Catacaos y sus clientes si galería Plaza Real dejase de existir?

E2: De un lugar a donde llegar y ya no encontrar los negocios que día a día se dan aquí. Que pocos hay aquí en Catacaos en realidad, casi el núcleo acá, el negocio que se da aquí es un negocio que no cualquiera da a la redonda. El que viene aquí sabe lo que va a encontrar y si no existiera no sé dónde va a tener que ir, hasta Piura, acá es muy difícil que lo encuentre.

E: A modo de autoexamen luego del confinamiento por el Covid-19, cuando sus arrendatarios volvieron a sus locales comerciales considera que las acciones de Galería Plaza Real fueron las adecuadas.

E2: Sí porque se les dio muchas facilidades al volver para que ellos se sientan cómodos y puedan continuar con sus negocios.

E: Puede especificar qué facilidades

E2: Tanto en formas de pago y con respecto a los protocolos que se venían dando en esas fechas y hasta ahora.

E: En qué cree galerías Plaza Real como organización

E2: En ser un negocio próspero, tanto personalmente como en general todos los inquilinos que todos sean buenos negocios y que les de todo lo que necesitan, le respondan de alguna manera tal cual ellos invierten o den todo el empeño posible.

E: Le recomendaría a su mejor amigo alquilar en galerías Plaza Real.

E2: Sí, claro que sí porque es un lugar concurrido y cualquier negocio en realidad puede subsistir.

E: ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de las instalaciones de Galerías Plaza Real?

E2: Por mejorar sí tenemos mucho soy muy sincero, por mejorar tenemos mucho y así va a ser, poco a poco, lógicamente, se inició bien y con el paso del tiempo. Siempre hay mejoras y lo vamos a ir haciendo con proyección y así será.

E: Qué aspectos considera que deberían mejorar de la relación entre arrendatarios y gerencia.

E2: Qué aspectos debería mejorar. La confianza porque a veces los inquilinos, fuera de la comunicación que se tiene, a veces como que no hay esa confianza de hablar o comunicar cosas que suceden entre ellos y que involucra un poco a sus negocios.

E: Si usted fuera un cliente de galerías Plaza Real por qué le recomendaría galerías Plaza Real a algún otro familiar o amigo

E2: Por los precios cómodos con respecto a mi alquiler. Son realmente los precios más cómodos que hay dentro de Catacaos.

E: En su opinión cómo son las personas que trabajan en galerías Plaza Real, qué perfil tienen.

E2: Lo más serviciales posibles con todo los que he venido tratando, todo el tiempo que llevo aquí, son muy serviciales. Siempre, siempre y respetuosos.

E: Qué tipo de emprendimientos son los que reúne Galería Plaza Real.

E2: Con respecto a qué rubros te refieres. Lo que sé, de venta de ropas, venta de zapatos, alquiler de ternos, alquiler de vestidos, como normalmente este negocio es de alquiler de vestidos y ternos, se tiene mucho cuidado con lo que son los protocolos que están habiendo actualmente, pero es un negocio que al fin y al cabo se ha reactivado porque como no se podía usar de alguna manera esto y ahora ya con los eventos que hay y hay personas que no tienen acceso de repente a comprar un buen terno un buen vestido, pero acá es que los inquilinos la gran mayoría porque es un centro de alquiler de estas prendas se sienten seguras de venir a alquilar una prenda a talla y saben que aquí lo va a encontrar y pueden estar tranquilos asistiendo al evento que tenga

E: ¿Qué cree que sus arrendatarios opinan de Galerías Plaza Real?

E2: Yo creo que opinan de la mejor manera, es por eso que continúan con nosotros. Para continuar con su negocio aquí hay que estar muy tranquilos y tanto que su negocio les está respondiendo bien.

E: Según lo que ha observado cuál es el perfil de los clientes finales que llegan a Galerías Plaza Real, puede describirlos.

E2: Bien de la mejor manera, porque no solamente he visto una persona que vuelve sino dos o hasta en conjunto, sino es un llamado ya, llega uno le pasa la voz a otro, y llegan en conjunto se hace más conocido, de voz en voz.

E: Cuando piense en galerías Plaza Real que se le viene a la mente.

E2: Mi familia.

E: Le invito a cerrar los ojos un momento. Imaginé que Galerías plaza real es un objeto y se materializa poco a poco en su mente. Qué es lo que ve.

E2: Una fotografía de familia iniciando aquí en Catacaos.

E: Si la empresa no se llamará Galerías Plaza Real qué nombre le pondría.

E2: Buena pregunta. En su momento sí lo pensé, pensaba cambiar el nombre. Pero es con el nombre que lo fundó mi padre. Y no sé, desde aquel tiempo ya no me ha dado justamente el tiempo de pensar en otro nombre más porque se lo dio él y quiero mantenerlo así.

E: Entonces qué aspecto esencial de Galerías Plaza Real debería considerarse para un nuevo nombre.

E2: Todo, economía, el servicio, en general el ambiente, establecimiento, todo como para que salga un mejor nombre y de alguna manera impacte a la gente.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 3: Ronald Cárdenas Bereche	Fecha de entrevista: 20 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): Si hace memoria sobre los 12 años que galerías Plaza Real ya tiene en Catacaos a qué vidas cree que ha impactado la creación de su empresa. Entrevistado (E3): Bueno definitivamente el proyecto se orientó a los comerciantes informales, pequeños, micro comerciantes que estaban en la zona y que había necesidad porque en los alrededores se apostaban en las veredas, calles, entonces decidí invertir en este concepto de una galería. Inicialmente le llamé por centro comercial, pero por la zona que está anexa al mercado más es un poco para galería que centro comercial, y se quedó como galería real. Por qué real, porque	

era el nombre de la calle, el local está en tres calles la Chorrillos, la Ica y la Real, entonces por eso le pusimos plaza real y después ha venido acá Real Plaza al revés, que es otro concepto distinto no.

E: A quiénes considera como los públicos a los que se debe Galería Plaza Real E3: Microempresarios, informales, que venden productos como bisutería, ropa estas cosas, no. Y ahora por la misma coyuntura pandémica se ha reforzado un poco más lo que es el sector de verduras, en alimentos perecederos como venta de pollo y como que ya tengo inquilinos de varios de esos sectores económicos.

E: Si pensamos en los últimos públicos de Galería Plaza Real, ¿usted cree que hacen algo más que arrendar locales comerciales?

E3: Yo creo que no porque tienen una limitación económica, para ello pensando en otra situación de algunos de repente tendrán, podrían tener el deseo de algún día tener un local propio a lo mejor y no pagar alquileres y estas cosas. El sector al que estamos referidos es un poco más complicado no.

E: Cuando uno inicia un proyecto tiene un escenario en mente a lo que desea llegar. Qué era lo que usted persiguió al iniciar con su empresa y que es lo que persigue ahora.

E3: Pues desde cuando empecé el proyecto, hace más de doce años, porque en definitiva la galería lleva funcionando doce años, pero posee más tiempo en la concepción de local, de comprar el local, de invertir, acondicionar. Entonces, sí, no me equivoqué en el sector en el que está orientada, me faltaban locales, la gente alquiló, y eso fue algo negativo para nosotros, bueno a posteriori, positivo porque hubo un ingreso de dinero importante, sino que una galería si tú no le haces merchandising o mercadeo es un fruto de un momento pero de allí no se sostiene con el ingreso de los comerciantes se va cayendo porque no venden lo que ellos esperaban, porque no ha tenido merchandising no ha tenido la mercadotecnia correspondiente, se desanimaban y se iban. Total, que hubo un tiempo que bajó y había algunos cautivos, generalmente los que estaban fuera porque si te has percatado hay locales externos e internos, pero los que más perennes están son los externos. Hay locales pequeños y locales grandes, hay varios conceptos.

E: Entonces qué persigue ahora esta idea como usted.

E3: Como que el proyecto final lo que busca ¿no?, es como un centro comercial ¿no?, tal es así que el proyecto tiene la concepción, este plano, el primer piso va a ser puros locales pequeños comerciales, el segundo piso va a ser de hospedaje, hotel, ¿no? el tercer piso, un restaurante, algo así está conceptualizado. Usted sabe que Catacaos es arte, culinario, la comida, artesanías, esas cosas. Y no hay hoteles en Catacaos como la gente que llega a Piura y quiere conocer Catacaos va y viene no se queda en Catacaos. Si tú le das una condición adecuada la gente se queda aquí en Catacaos, una buena habitación, cómoda y barata como que sería conveniente.

E: Imagine que Galerías Plaza Real fuera una persona, si tuviera que describir cómo maneja sus operaciones diarias hacia sus arrendatarios ¿cómo la describiría? ¿Qué rasgos tendría su personalidad?

E3: La galería actualmente yo la veo como muy condescendiente, muy parco, muy humano con el inquilino, por así decirlo de alguna manera, con el inquilino, porque yo también he tenido la oportunidad de adquirir en locales que no eran míos y los inquilinos y los dueños son muy inhumanos, a veces no te dan facilidades, no te permiten, sí es algo complicado ¿no? tú pagas y pagas sino te botan, acá no es así en la galería. Hay un sentido muy humano con respecto al inquilino, se le considera, se le da facilidades, se le guarda un local por decirlo de una manera.

E: Puedes describir un poco esas facilidades

E3: Por ejemplo, como te digo que son pequeños y micro empresas informales, ellos no generan dinero constante fluctuante viven de préstamos diarios interdiarios, cuando se les acaba porque de repente hicieron una mala inversión se quedan sin efectivo, entonces no tienen para pagar, entonces a nosotros son los que demoran en pagar, por todo lo que hacemos es darle facilidades para se ponga derecho por así decirlo de alguna manera.

E: En los doce años que Galerías Plaza Real lleva operando cuál considera que sea su principal objetivo

E3: Del sector socioeconómico, microempresa, de negocio, la ropa, bisutería, eso es básicamente lo principal que mueve la galería. Ellos son los inquilinos en su mayoría, los más representativos.

E: Hacia dónde le gustaría llegar con su negocio

E3: Concretar el centro comercial a terminar de construir todo el proyecto que tengo pensado o que pensé, lo he transmitido a ellos, a mis hijos y ojalá algún día se concrete ¿no? Algo más completo y considerando que hay un buen mercado y se pueden mejorar con las expectativas del mismo, el local es amplio, el área lo permite, creo ese es el objetivo, desarrollar el proyecto en su integridad.

E: Imagine que han pasado 10 años a partir de ahora ¿cómo ve a su empresa en ese momento?

E3: Si ya lo visualizo un edificio, un edificio con mucha gente circulando entre sus compradores y gente comerciante, visitantes y huéspedes de un hotel o de un restaurante.

E: Si en el futuro le preguntamos a un lugareño sobre la percepción que tiene acerca de galerías Plaza Real ¿cómo le gustaría que este respondiera?

E3: Me da una satisfacción a la fecha, yo tengo mi vehículo, toda la vida he tenido mis vehículos y había ocasiones que me iba de viaje y mi vehículo estaba guardado, yo me iba directo a Catacaos y bajaba y me iba donde un mototaxi, al taxi “llévame a Plaza Real” y sin decirle el nombre, me llevaba al lugar. Plaza Real ya se ha posicionado en Catacaos, saben quién es, dónde es y qué es lo que realiza. Yo pienso que la gente de Catacaos ya lo tiene mentalizado, al conocer su punto de referencia comercial.

E: Si hablamos sobre el aporte que hace Galerías Plaza Real hacia la sociedad ¿cuál sería su aspiración en ese ámbito a futuro?

E3: De repente el integrar más a comerciantes de otros estratos, de repente mayores, gente con mayor poder económico y desarrollar proyectos más ambiciosos por decirlo así, ya no solo estar con los pequeños e informales, si no ya medianos y grandes comerciantes, en Catacaos los hay y muchos.

E: ¿Cómo cree que se adaptará la empresa a los retos del mercado local?

E3: Yo creo que la galería está adaptada al mercado local, pero claro, siempre hay una debilidad y probablemente esa debilidad sea la coyuntura económica de las personas porque nosotros tenemos un costo del alquiler módico, no es alto, es módico porque no tenemos ambición de que el dinero llegue rápido y se recupere la inversión rápido, es módico, yo creo que por eso la gente se siente bien y están identificados, la gente va y viene. Lo que nos perjudicó y a todos fue el proceso pandémico de dos años prácticamente, que se fue todo el mundo.

E: Si Galerías Plaza Real fuera una persona, qué valores considera usted que la definirían.

E3: Humanidad, sentido humano tienen, carácter social, muy asequible a las personas, muy fácil de ubicar, muy sencillo, yo creo que sí, la gente no tiene pierda estando en las galerías.

E: A lo largo de su historia ¿qué ha hecho Galería Plaza Real por sus arrendatarios fuera del trato contractura?

E3: Te acuerdas de 2017 cuando hubo una inundación y se salió el río Piura y acá todo Castilla y aquí Catacaos. Nosotros, yo diseñé el proyecto en un nivel de cota alto tal es así que el agua no entró a las galerías para nada, todo el mercado, todos los comerciantes alrededor, todos se inundaron sin excepción alguna, nosotros no nos inundamos, ¿por qué? porque está alto, tú subes una rampa y acá hay gradas está como a 80 o 90 centímetros con respecto al nivel del piso terminado de la calle. No pasó nada, cuando hubo ese problema nosotros apoyamos, protegimos y recibimos familias que se habían inundado. Le digo guarida, se quedaron con nosotros. O sea la galería se puso el hombro para apoyar a algunas personas que lo necesitaban.

E: ¿Personas arrendatarios?

E3: No, no, externos y unos que eran familias de arrendatarios, que, sabiendo que no había pasado nada con nosotros, vinieron y nos pidieron, y les dimos dónde estar, un centro de emergencia fue.

E: ¿Qué medidas toma Galería Plaza Real cuando un arrendatario tiene algún percance que le impide asistir a su puesto de trabajo por más de una semana?

E3: Se les llama, o sea, se averigua con sus vecinos del local y se les llama, como tenemos su información personal, sus teléfonos, y nos dan una explicación de qué está pasando porque a veces puede pasar una emergencia. Generalmente eso pasa cuando van de viaje a ver su mercadería, ya se les conoce un poco eso. La galería es proactiva, ve qué está pasando.

E: Escoja 3 palabras que describen cómo es que Galerías Plaza Real se presenta ante sus arrendatarios. ¿Cómo se aplican en el día a día cada una de ellas?

E3: Social, humano y económico, para mí las tres palabras que lo identifican.

E: ¿Cómo se aplican estas tres palabras en la vida cotidiana?

E3: Por ejemplo, en lo social nosotros tenemos un acercamiento con ellos, nosotros celebramos nuestro aniversario, los hacemos partícipes a ellos y todos hacemos una misa, todos escuchan y se hace una pequeña ceremonia.

Humano porque no somos carcelero de nadie. Nosotros estamos convencidos de que el que quiere estar está. Si quiere estar está, y no estamos presionando al punto de extorsionarlos, por decirlo de alguna manera. Sino no puede más, pues ya está, entrega el local y se pone en alquiler y ya está.

Económico porque, como te decía antes, la economía es importante, por eso es que nosotros hemos puesto un concepto económico para que la gente nos alquile ¿no?, porque a nosotros nos interesa la alta rotación como el chino, el chino de la tienda, vende más barato para que salga más rápido un poco esa es la idea.

E: Si piensa en cómo la gerencia se relaciona con sus arrendatarios ¿qué aspecto podría resaltar?

E3: En este caso quien está gerenciando es Ronald, mi hijo, porque yo le he dejado la responsabilidad a él. Yo veo que él tiene un acercamiento muy constante con los inquilinos, se comunican constantemente, atiende sus emergencias cuando las hay, de repente a alguien se le queda una llave, por ejemplo, él le da facilidades para poderlo auxiliar de la emergencia. Porque cuando se cierran las galerías ya nadie tiene acceso, en sus locales cada uno es autónomo, pero en concepto general ya se cierra y se cierra ¿no?. Entonces, pero hay alguien que tiene una emergencia, coordina y se le atiende el ingreso para que atienda su necesidad económica de repente.

E: ¿Que mejoraría de la relación entre sus arrendatarios y la gerencia?

E3: Claro siempre hay mejoras que hacer, siempre, reuniones mensuales, de repente hacemos un buzón de sugerencias. De repente escuchar muchas necesidades de ellos que quisieran para ver si se programan o se involucra a ellos para iniciarla juntos. Algo así.

E: ¿Qué objetivo pretendía conseguir cuando comenzó con Galerías Plaza Real?

E3: Ganar dinero, no te voy a mentir.

E: ¿Por qué decidió abrir Galería Plaza Real, cuáles fueron sus motivaciones?

E3: Mis motivaciones fueron, para empezar, tenía a mis hijos pequeñitos todavía, estaba empezando, vi la oportunidad de negocio, vi ese local que era un terreno, vi la ubicación que tenía comercial, y yo, que estaba en ese sector, soy ingeniero de profesión especializado en temas de valorizaciones, me gustó el terreno me proyecté inmediatamente, dije “esta es una oportunidad de negocio, a mediano, corto plazo, a corto ¿no?”. Sabía que tenía que invertir porque era un terreno, dije aquí es el futuro, lo compré. Como tenía ahí una “chancha”, como se dice criollamente, invertí en ese terreno ¿no?. Y después fui invirtiendo, haciendo la infraestructura que hay ahora.

E: En su opinión ¿de qué se perdería Catacaos y sus clientes si Galería Plaza Real dejase de existir?

E3: Creo que se perderían de la necesidad de desarrollarse como comerciantes y seres humanos. Porque ellos ya tienen una identidad con la galería, los comerciantes, y saben que de paso al mercado están ellos. Saben que están en el núcleo comercial de Catacaos y saben que perderían su identidad económica y financiera de repente, porque ellos viven de alquileres, de préstamos, de interés de dinero, pero ellos viven de su venta diaria que les permite pagar. Se perderían una oportunidad porque yo digo vuelo, cierro mi local y otro inversionista hace su residencia con su piscina, un localazo. Entonces esas 80 o 70 personas o negociantes ¿a dónde se irían? a la calle de nuevo, a las veredas, o sea, perderían mucho.

E: Entrevistadora: A modo de autoexamen, luego del confinamiento por el Covid-19, cuando sus arrendatarios volvieron a sus locales comerciales ¿considera que las acciones de Galería Plaza Real fueron las adecuadas?

E3: Sí porque tomamos todas las recomendaciones sanitarias que estableció en ese momento el gobierno. Hubo un plan, un programa que hubo antes de abrir, nosotros lo implementamos. Y demoramos en abrir las puertas nuevamente básicamente por tema de temor de que podríamos contagiar, contagiarnos todos. Los bancos con los que trabajamos, en este caso, la Caja Piura fue muy flexible, nos esperó porque nosotros vivimos de los bancos, las Cajas y todo esto. Entonces hicimos bien en

abrir un poco tarde con respecto a los demás, pero fue más seguro. Poco más tranquilizador para todos nosotros, en esa época no se priorizaba el dinero sino la salud, era lo más importante.

E: ¿En qué cree Galerías Plaza Real como organización?

E3: Es una organización netamente familiar, es una organización que al comienzo surgió como idea personal, pero con el tiempo fui integrando a mis hijos, a mi señora, primero a mi señora, de ahí a mis hijos. Se han dedicado cuando yo, por mi trabajo, estoy ausente, pero ellos están integrados. Entonces galería es una familia, es así como lo veo, familia, y eso va a pasar a través de los tiempos, nosotros pasaremos y quedarán de repente nietos y esta situación. Y esperamos que desarrollen el proyecto que está concebido finalmente.

E: ¿Le recomendaría a su mejor amigo alquilar en galerías Plaza Real?

E3: Sin dudarlo, al toque. Está en todo el lucro comercial de la ciudad, si tiene recursos y quiere invertir, lo mejor que haría es invertir ahí. Está el mercado, el centro comercial y todo el mundo llega. Lo recomendaría a ojos cerrados.

E: ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de las instalaciones de Galerías Plaza Real?

E3: Mucho, definitivamente mucho. La edificación de la galería es de calidad media, no alta ni baja, media, son estructuras móviles, portátiles, no son fijas, como techos aligerados. Una parte lo es, donde está la casa, la residencia. Lo demás es techado, metálico con calaminón, con calamina. Entonces yo lo que haría sería sacar todo eso y construir una losa enorme de concreto dos cajas de escalera arriba y hacer otro ambiente como habitaciones, un restaurante, arriba un hotel. Todo, hacer una reestructura, eso es lo que yo quiero, y cambiar sus pisos de porcelanato. Ahorita no se puede poner eso porque sabemos que se va a demoler. Y un porcelanato no los vas a poner para luego demolerlo, mejor esperar y ahí ya queda toda una cosa bonita.

E: ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar de la relación entre arrendatarios y gerencia?

E3: Eso de estar más comunicativos, recibir inquietudes para implantar mejoras, como que algo por ahí se ha estado dando. Pero la pandemia lo paralizó todo, esperemos recuperarlo básicamente.

E: Si usted fuera un cliente de galerías Plaza Real ¿por qué le recomendaría galerías Plaza Real a algún otro familiar o amigo?

E3: Si yo fuera, le recomendaría porque ahí hay variedad de productos y si voy a ser compra de 10 artículos, 8 los voy a conseguir ahí y ya no tengo que estar recorriendo en varios lugares, ahí los encuentro. Los costos son menores, los precios son menores. Yo pienso que sí le recomendaría que busque su alternativa ahí, para que pueda comprar.

E: ¿Cómo son las personas que trabajan en galerías Plaza Real? ¿qué perfil tienen?

E3: Humildes, personas de bajos estratos socioeconómicos, excepciones hay. Personas que tienen proyección de desarrollo, alquilan, pero ya se proyectan, veo algunos, generalmente los comerciantes medianos y grandes, que tenemos ahí algunos en la parte exterior, incluso ya nos han pretendido comprar el local que alquilan. Ese ambiente, pero no lo hemos hecho hasta ahora.

E: ¿Qué tipo de emprendimientos son los que reúnen galerías Plaza Real?

E3: Prendas de vestir, bisutería, abarrotes, verduras, productos perecibles. Ahorita se ha diversificado, porque antes de la pandemia era bisutería y ropa nada más, después de la pandemia se ha posicionado las verduras, pollo, por ejemplo, y eso es lo que tiene ahora, ya se ha diversificado.

E: ¿Qué cree que sus arrendatarios opinan de Galerías Plaza Real?

E3: Yo creo que ellos están contentos porque siempre están interesados en seguir en sus puestos, con sus locales, no quieren dejarlos porque tienen cautivo un mercado, tienen su clientela, ya los van a ver ahí. Eso es por el rebote de la ubicación de la galería y todo lo que es el área comercial, el mercado y todo esto.

E: ¿cree usted que tienen una opinión favorable?

E3: Sí sí, yo creo que sí, los que están ahí sí y muchos que se han ido por problemas económicos, yo creo que sí tienen una opinión favorable. Por ejemplo, tú le preguntas a un taxista, lléveme a Plaza Real y te va a decir que ahí encuentras de todo, lo único que no hay son joyas. Porque usted sabe que Catacaos pone oro y plata, pero ahí no, los locales no son tan seguros

para eso. Para oro y plata tú necesitas tener todo concreto para darle mayor seguridad. Y a pesar de eso ha habido casonas que han hecho de eso y les han robado porque les perforan y se meten. Esa joya atrae la delincuencia.

E: Según lo que ha observado ¿cuál es el perfil de los clientes finales que llegan a galerías Plaza Real?, ¿puede describirlos?

E3: Mira yo me he dado la molestia de ver que no hay excepción en los clientes de la galería, hay clientes de Catacaos e incluso fuera de Catacaos, pero ciertamente la gente que más veo es gente de sectores socioeconómicos D y C, E hay, pero pocos. Lo que más veo es C y D. Esos son los sectores socioeconómicos que veo que entran aquí.

E: Cuando piensa en Galerías Plaza Real ¿qué se le viene a la mente?

E3: Un sueño hecho realidad. Cuando era joven yo fui a Catacaos, estaba en la universidad y me invitaron unos amigos en la semana santa que daban los 7 potajes, y en los 7 potajes te regalan supuestamente los 7 potajes y yo no tenía plata, me fui pensando que nos iba a dar y me he ido en la movilidad de uno de ellos, cuando llegamos allá nos separamos y yo me encontré que no había comido los 7 potajes, me encontré sin plata y cómo venirme, y cada uno ya se había ido por su destino. Y en esa avenida Cayetano que hasta ahora están los árboles venía con un amigo, y dijimos qué hacemos, y nos hemos venido caminando a Piura. Y dije algo que se quedó grabado en mí mirando a la plaza de armas “me voy caminando a Castilla pero juro que regreso y a comprarme y a quedarme acá”. Y dicho y hecho, terminé la carrera, hice algunos trabajos por ahí que me generaron. Entonces regresé con eso, con esa inversión y se hizo realidad, me dio una satisfacción enorme.

E: Le invito a cerrar los ojos un momento. Imagine que Galerías Plaza Real es un objeto y se materializa poco a poco en su mente. ¿Qué es lo que ve?

E3: Veo un avión, estar fuera, viajar constantemente gracias a él.

E: Es como un sueño

E3: Sí.

E: Si la empresa no se llamará Galerías Plaza Real ¿qué nombre le pondría?

E3: Yo pensé ponerle alguna vez Galería Cárdenas, mi apellido, pero cambié para no personalizarlo y evitar las extorsiones y esas cosas. Porque tú ves ahí y creo que el 90% no sabe que el dueño soy yo, ni idea tiene quién soy yo. Entonces sí, en algún momento pensé ponerle Galerías Cárdenas. Pero cambiamos y le pusimos el de la calle.

E: ¿Por un tema de seguridad?

E3: Sí por un tema de seguridad

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. Desgrabaciones de entrevistas en profundidad a público 2

Entrevistado 1: Carmen Yaqueline Maza Aquino	Fecha de entrevista: 25 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): Me gustaría saber de usted, ¿Cuál es su nombre, qué edad tiene? Entrevistada (E1): Mi nombre es Carmen Yaqueline Maza Aquino, tengo treinta y tres años, soy de acá de Catacaos, vivo por Monte Suyón, y tengo dos pequeñas niñas y trabajo aquí en Plaza Real. E: ¿Hace cuántos años trabaja acá? E1: Yo ya tengo 7 años trabajando acá E: ¿Qué significa para usted Plaza Real? E1: Bueno Plaza Real es una galería donde venden ropa y también ahorita que se ha puesto de alquiler de prendas de vestir como es de caballeros y de damas. E: ¿Aquí tiene su principal trabajo? E1: Sí. E: ¿Cuáles son las características que usted ve en Plaza Real? E1: Las características... E: ¿Lo que usted ve, por ejemplo, si es limpio...?	

E1: No bueno...por ejemplo cuando comenzó, comenzó de lo más bajo y poco a poco ha ido subiendo, arreglando una cosita, otra cosita. ¿Cómo toda galería no? Al principio nos costó bastante aquí porque a veces no era tan conocido, pero poco a poco se fue haciendo, se va haciendo más conocido.

E: ¿Usted considera que poco a poco se va haciendo más conocido?

E1: Sí, ahora es más conocido, más que todo por el alquiler de prendas de vestir y de vestir, ternos para caballeros, quinceañeras, más reconocido por eso, por lo principal de eso.

E: ¿Usted cree que eso es una fortaleza de GPR, de que sea un poco más conocido ahora?

E1: Sí, porque para nosotros que sea conocido es mejor porque tenemos más ingresos, porque sino no ingresa la gente.

E: ¿Cuáles considera que sean las debilidades y también sus fortalezas?

E1: Sus debilidades...

E: ¿Qué es lo que usted cree de repente eso no me cuadra, quizá por eso no tengo ventas?

E1: Nuestras debilidades de acá como personas trabajadoras, no hay ese conjunto de trabajar como familia, por ejemplo, decir no, hay que ver algo que nos llame a la gente, un equipo.

E: O sea, un trabajo en equipo, básicamente de...

E1: De publicidad, más publicidad, para que haya más entrada.

E: Si bien es cierto como usted me dice galerías Plaza Real se va haciendo conocido ¿Por qué cree usted que ha empezado a ser conocido, si me dice que no ha habido mucha publicidad?

E1: En la primera porque ha sido porque éramos venta de ropa, aquí vendíamos pura ropa, vendíamos, pero era muy poca, pero ahorita en el cambio de los rubros, se ha puesto más conocido aquí plaza real más conocido por alquileres de prendas de vestir: ternos, vestido de quinceañera, para cualquier tipo de compromiso.

E: ¿Qué valores destaca de galería plaza real, o sea como empresa que valores cree usted que le transmite a usted para poder trabajar?

E1: Me transmite la lucha del día a día, tanto como el dueño nos genera, nos impulsa a seguir poco a poco, y la puntualidad que a veces poner, y nosotros como inquilinos tenemos que respetar, el señor, o sea, cuando nosotros le pedimos algo él también nos entiende. Para que nos ayuda a seguir acá.

E: ¿Si pudiera mejorar algo de Galería Plaza Real qué sería?

E1: Sería arreglarlo, o sea diseñar un poquito más grande las tiendas, las vistas más bonitas.

E: Usted dice un poco más de diseño... ya entiendo.

E: ¿Por qué le recomendaría Galería Plaza Real a otro empresario como usted? No sé, de repente usted conoce a alguien que también quiera emprender, que también quiera poner su puestito. Por qué le recomendaría plaza real.

E1: Le recomendaría que venga a Plaza Real para que siga creciendo su negocio poco a poco, porque como todo inquilino a veces vamos a un sitio, no conocemos a los clientes, pero poco a poco uno se gana la confianza de los clientes y llegan donde tú estás. Así como nosotros el cliente viene así aquí porque recién te está conociendo. Eso tenemos que hacer aquí para poder vender.

E: A la persona que usted le recomendaría Plaza Real, ¿vendría a ser un buen inicio para su negocio no?

E1: Poco a poco porque no es de la noche a la mañana va a venir cantidad, un negocio inicia de lo más bajo.

E: ¿Por qué decidió usted apostar por GPR? ¿Por qué no otra galería?

E1: Bueno yo aposté por Plaza Real porque recién se estaba iniciando y quise ver poco a poco, yo sé que en el rubro que estaba muy poco me fue, pero ahora poco a poco hay ganancia.

E: ¿Al iniciar Plaza Real y usted también, quería iniciar con ellos?

E1: Sí

E: ¿Está conforme usted con el servicio que galerías Plaza Real le brinda?

E1: Sí, sí estoy conforme, no tengo ni una duda, ni una queja.

E: En sus años junto a la marca, ¿cuál o cuáles con los aspectos que más valora de galería Plaza Real?, que es lo que más lo llama de galería Plaza Real. No sé quizás el ambiente, los dueños, que es lo que le dice no te vayas quédate acá.

E1: Tanto como los dueños que han sido buena gente, nunca ha habido percances con mi persona. Y otra que me gusta estar acá, tranquila, no hay mucho conflicto, como se ve en otras galerías que se ve hasta que discuten, pero acá no.

E: Anteriormente me dijo usted que las instalaciones se podrían mejorar, ¿considera usted que las instalaciones se mantienen limpias?

E1: ¿Las instalaciones? De qué me estás hablando, de la luz...

E: Instalaciones toda la galería, digamos que engloba todo, luz, limpieza.

E1: O sea, limpieza cuando nosotros ingresamos encontramos limpio el local, de afuera el local limpio, de adentro el local es tuyo tú ordenas. Del resto sí, no hay ningún problema.

E: ¿Qué es lo que le ha ofrecido la marca para que usted haya permanecido acá? ¿Qué es lo que la ha atrapado y se dice usted a sí misma no me voy de acá, aquí me quedo?

E1: No digamos que me ha atrapado tanto porque un momento me llegué a ir por la pandemia que pasó, nos fuimos toditas, nos llegamos a ir toditas, desocupamos, pero como dice no solamente ahí acabó, teníamos que seguir con nuestro negocio, no mucho pero poco a poco, porque ahorita con la circunstancia de pandemia está un poco lento, pero poco a poco se va mejorando y eso me atrajo porque en mi casa no hay, en el mercado estamos con una estructura mal que no podemos ingresar tampoco e inclusive lo han cerrado y por acá cerca otra galería cerca no hay. Lo único que hay es acá que podemos alquilar para poner un negocio.

E: Y si de repente en alguna oportunidad, no sé, se le ofrece un puesto en el mercado ¿Usted dejaría Plaza Real por el mercado?

E1: No, no lo dejaría, conseguiría otro local y tendría otro local acá. Seguiría acá en Plaza Real.

E: ¿Entonces está conforme con todo, no? ¿Recomendaría a otra persona alquilar en este espacio?

E1: Sí, sí lo recomendaría. Porque tanto como nosotros queremos que otra persona emprenda en este lugar, y también que comience así de cero, como nosotros hemos empezado y ayudarle a prosperar, no solamente queremos nuestro bienestar, también queremos el bienestar de la otra persona que surja, porque a veces nosotros como compañeros nos ayudamos mutuamente.

E: Imagínese si yo fuera su amiga y te diría ¿sabes que Yacky, quiero que me recomiendes un lugar para poner mi negocio ¿cuál me recomendarías y por qué?

E1: Yo le diría: te recomiendo Plaza Real para que vengas. Mira amiga te diría en primer lugar, sabes que esto no hay, esto no hay y quiero que tú veas si puedes ponerlo, por ejemplo, sale muchos regalitos una persona no tiene, allá lo preguntan, siempre preguntan, entonces a eso yo lo animaría a la persona, a usted, le dijera sabes qué, por ejemplo, no hay diferentes tipos de ropa interior que a veces lo buscan, entonces la empujaría para que usted venga a Plaza Real y lo ponga. Porque yo sé que cuando vienen aquí a veces quieren una ropa interior, un brazier y todo y no hay, entonces yo la empujaría a eso, que venga a Plaza Real.

E: ¿Cómo podría describir el trato de los dueños con los arrendatarios? O sea, como es el trato de los dueños para con ustedes.

E1: El trato tanto como de los dueños, es algo familiar porque nosotros nos conocemos de tiempo, siempre con respeto, sí normal tanto que nos entienden como arrendatarios y tanto que nosotros entendemos cuando nos cobra los espacios.

E: ¿Está conforme usted con el sistema de cobranza?

E1: Bueno ahorita sí, no ha elevado mucho, porque años atrás hemos venido pagando menos, pero ahora un poco más, debía considerarnos por esto de la pandemia, pero siguió con el mismo precio, pero bueno gracias a Dios no nos apagó mucho, no nos ahorcó mucho, estamos surgiendo poco a poco y nos llega a alcanzar al mes.

E: ¿Usted cree que en galerías Plaza Real tiene un trato considerado con ustedes?

E1: Sí, siempre nos hemos tratado con respeto, nunca nos ha faltado y nosotros nunca le hemos faltado.

E: ¿Usted se siente segura en Plaza Real?

E1: Nadie está segura en un lugar, porque podría pasar miles de cosas en un momento, en un cerrar de ojos podrían pasar miles de cosas, nadie está seguro.

E: ¿Qué es lo que podría pasar para que usted decida retirarse de GPR?

E1: Que vuelva a pasar algo de la naturaleza, un temblor, un terremoto, que tengamos obligadamente que salir de este, porque está caído toso y no podamos trabajar, eso me empujaría a irme.

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR?

E1: Bueno aquí los que trabajamos aquí siempre estamos unidos, conversamos, siempre nos ayudamos como trabajadores que somos, siempre nos ayudamos mutuamente. No tenemos una cosa, cogemos la otra, y así sucesivamente nos apoyamos.

E: ¿Se podría decir que usted tiene muy buena relación con sus compañeros?

E1: Sí, buena relación.

E: ¿Y con los dueños igual?

E1: No tengo quejas nunca he tenido un percance, nunca he tenido un percance fuerte, siempre cosas que hemos podido sobrellevar.

E: ¿Cómo definiría usted la manera de trabajar acá en GPR?

E1: ¿Nuevo horario, como horarios de entradas?

E: Cómo lo definiría, no sé, de repente piensa que sus compañeros se esfuerzan mucho, que hay mucho trabajo acá, ¿Cómo definiría el trabajo dentro?

E1: El trabajo de acá de Plaza Real es como todo trabajo yo digo no hay ni un trabajo que no canse, no hay ni un trabajo que estés ahí, hasta para escribir, para ser enfermera, todo se sufre para obtener algo bueno. Es igual acá no es tan agitado, días que no estamos tan agitados, pero hay días que si estamos agitados porque ingresa gente, que quiere una prenda, un alquiler, un vestido y a veces hay persona que se prueban uno otro hasta que le parezca el más bonito recién.

E: Qué le gustaría cambiar del ambiente acá en Galerías Plaza Real, de repente diga esto no me cuadra quiero cambiarlo, del ambiente digamos del clima que hay entre ustedes, digamos el trato ¿Qué es lo que se podría cambiar de eso?

E1: Bueno, del trato yo diría que no hay nada que cambiar, no, no hay nada.

E: ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR?

E1: Que todos los clientes no son iguales, cada cliente es diferente, hay personas bien exquisitas y hay personas que son súper rápidas y hay personas que son indecisas. Por ejemplo, cuando una persona que llega me dice no ese vestidito me gusta si sí me queda, pa se lo lleva y no se lo prueba, pero hay otras personas que dicen, pero me quedará bien, ay no me hace gorda, se prueba 6, 4, 5 vestidos hasta que llega a elegir el último. En el hombre, ver también sus tallas, en el hombre si es un poquito más complicado porque hay gorditos, flaquitos y tenemos que verles sus tallas, en cambio en la mujer, aunque también, pero la mayoría son delgadas.

E: ¿Y si han tenido un trato amable con usted?

E1: Sí, siempre ha habido un trato amable con los clientes, conmigo, yo trato de ser amable con ellos, tanto como ellos conmigo, nunca he tenido un percance.

E: ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR?

E1: Como le dije ha cambiado un poco de rubro que ahora es de fiestas, de alquiler de ternos y siempre a veces hay un evento, quinceañero, siempre vienen a buscar ropa de alquiler, zapatos de todo. Y se ha hecho más conocido por alquiler que por venta.

E: ¿Todo esto se ha hecho, cree usted, conocido por los alquileres?

E1: Porque siempre dicen oye donde encuentro un alquiler de ropa, en la Real alquilan bastante prenda de vestir.

E: Ah ya entiendo, entonces ustedes ya son conociditas por alquilar prendas de vestir. ¿Y cómo les ha ido en la pandemia?

E1: Bueno en la pandemia, cuando hubo la pandemia nos encerraron, nosotros nos retiramos de aquí de plaza real, porque no iba a ver negocio y no había para pagarle el alquiler entonces muchas personas sacaron sus cosas y se las llevaron a su casa, y algunas que no, algunas dejaron encargadas acá por el espacio que tal vez no tenían en su casa. Y llegó un tiempo en que bueno dijo el Estado que se iba a reiniciar de nuevo, entonces volvimos poco a poco, no fue tan fácil porque fue poco a poco porque no había fiesta y no había otras cosas que fiestas.

E: O sea, poco a poco fue llegando más gente, como usted me dice que los conoces por alquilar. ¿Qué percepción cree que tiene los clientes de galerías Plaza Real, si usted fuera un cliente que pensaría de galería plaza real?

E1: Bueno yo pensaría que encuentro lo que yo deseo, y vengo a gusto porque yo sé que me van a atender bien.

E: Usted cree que galería plaza real se caracteriza por la amabilidad

E1: Si

E: ¿Cuándo piensa en Galería Plaza Real qué se le viene a la mente?

E1: Se me vienen a la mente muchas cosas, muchos proyectos que uno quiere hacer, pero siempre con la voluntad de Dios no, seguir adelante poco a poco. Creo que al dueño también se le vienen muchas cosas, como dijo un tiempo arreglarlo hacerlo diferente, pero poco todo a su debido tiempo.

E: Imagine que GPR es un objeto y se materializa poco a poco en su mente, ¿qué es lo que ve?, ¿qué podría ser para usted Galerías Plaza Real?

E1: Una casa

E: ¿Qué es lo que hay en la casa?

E1: Personas que viven ahí

E: ¿Cómo es el trato entre ellos?

E1: Muy buena, muy respetuosa entre los padres e hijos.

E: ¿Si la empresa no se llamara Galerías Plaza Real que nombre usted le podría dar?

E1: No sé ahí sí cómo sería ¿otro nombre?

E: Un nombre que usted diga que se representa con Galería Plaza Real. ¿No se le ocurre nada?

E1: No, yo no le cambiaría el nombre, le dejaría Plaza Real

E: ¿Por qué no le cambiaría de nombre?

E1: No le cambiaría de nombre, bueno es un nombre que eligió el dueño y no lo puedo cambiar yo porque soy una inquilina prácticamente, y si él decide llamarnos o decirnos saben que chicas voy a cambiar de nombre quiero una opinión tal vez en ese momento le damos unas ideas que tal vez él lo pueda tomar en cuenta.

E: ¿Les gustaría a ustedes que si el dueño cambiara el nombre les gustaría que se les tomara en cuenta?

E1: Claro porque tanto para él como para nosotros vamos a estar conforme.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 2: Felicita Ramos Mechato	Fecha de entrevista: 28 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): Me gustaría saber un poco más de usted ¿Cómo se llama? ¿Cuántos años de experiencia tiene? Entrevistada 2 (E2): Mi nombre es Felicita Ramos Mechato, yo soy de la Arena, Bajo Piura, yo llegué acá hace 10 años empecé, vine, me gustó la galería pero ya tengo experiencia con mis hermanas que también empezaron con el mismo rubro, nosotras empezamos desde Lima, a trabajar en casa de novios de Lima, de ahí ya nosotras nos independizamos como hermanas cada una y allí empezó el alquiler de vestidos porque allá en Lima se alquilaba todo lo que era vestidos de quince años, matrimonio, ternos y acá fue la idea de empezar. Empezamos en la Unión, de la Unión abrimos en Sechura, de Sechura me vine yo para acá en Catacaos. Somos tres hermanas y las tres nos dedicamos a esto, yo empecé en el mes de octubre acá pero ya he estado como 9 años... E: ¿Aquí, en esta galería? E2: Sí, aquí en esta galería empecé, pero como ya vino la pandemia me tuve que regresar, por un tiempo, porque ahorita, gracias a Dios, estamos bien, empezar de nuevo, eso es empezar de nuevo y aquí estamos de nuevo. E: Cuénteme ¿Qué significa para usted GPR? ¿Cómo lo describiría? E2: bueno yo lo describo como una galería pequeña porque si fuera otra de segundo piso, así como hay en Lima, en Lima son de 10 pisos, por ejemplo, el Guizado, yo me conozco todas esas galerías y es pequeña, pero, sí cómodo para nosotras porque comparar con otras galerías es un poquito más lujoso todo su acabado, pero el precio varía pues.	

E: ¿Qué ha significado en su vida GPR?

E2: Bueno, un emprendimiento más para mí, para mi familia, porque allí empecé, es el esfuerzo que uno hace cada día y para mi familia, para mi hogar, pero sí, gracias a Dios, allí estamos empezando, pero, poco a poco.

E: ¿Qué idea tiene de GPR?

E2: Que casi todas las galerías, todo es alquiler, todo es ropa

E: ¿Ese es el rubro que se mueve acá?

E2: Sí, el rubro que manifiesta esta galería porque en la entrada hay eso nomás y afuera que es abarrotes y adentro todo es ropa. Más bien valdría poner otros negocios acá para que entre más gente

E: Abrir otros rubros

E2: sí, abrir otros rubros.

E: ¿Cuáles considera que son las debilidades y fortalezas de GPR? Con debilidades me refiero a aquellos defectos, faltas que, digamos, usted cree que se pueda mejorar y con fortalezas me refiero a aquellos aspectos de la galería, del trato quizás, del trabajo que hay entre ustedes que usted pueda decir que son cosas buenas

E2: Bueno, el trato allí con las compañeras es normal porque es como si fuera una familia porque no es tan grande la galería, nos queremos, nos ayudamos, nos apoyamos, si tú no tienes, yo la tengo, y así nos apoyamos para que el cliente no se vaya, que se vaya contento con lo que él busca.

E: ¿Y algunas debilidades que tenga la galería? Que usted diga: “esto me gustaría mejorarlo”

E2: ¡Claro! ¿De mi negocio o de toda la galería?

E: Digamos que de todas las galerías

E2: A la galería sí le falta un poco más de acabado, que se vea un ambiente un poco más alegre para motivar al cliente, que cambie cada día, cada año, que cambie esa galería, eso sí me gustaría que la galería cambie.

E: y fuera de infraestructura, digamos materiales y todo ¿Qué más le gustaría cambiar? A parte de...

E2: ¿la galería?

E: No solo la galería, no solo la infraestructura sino otras cosas que usted quiera cambiar, que de repente no son algo material, sino que son otras cosas que de repente son intangibles, que tiene que ver con el trato que se pueda cambiar.

E2: El trato con el cliente, como lo digo, que es alquiler y nos apoyamos para que el cliente se vaya satisfecho, nos apoyamos como compañeras, como amigas siempre porque si no tiene la amiga, le damos, le ayudamos para que el cliente se vaya bien.

E: En cuanto al funcionamiento general de la marca, entiéndase marca como GPR, ¿Qué valores destaca de GPR? ¿Cuáles son esos valores como empresa que han hecho que usted los asimile y los haga en su vida, o sea, que los haga suyos, esos valores.

E2: bueno, yo tengo tiempo ya y hay clientes que ya me conocen y el cliente a penas viene o me ve ya usted me va a alquilar porque usted trata al cliente bien y le doy cómodo cuando me va, con descuento porque ya es cliente fijo.

E: si pudiera mejorar algo de GPR ¿Qué sería?

E2: ¿La galería?

E: algo en general, no solo infraestructura, cosas que usted quiera cambiar

E2: de mi negocio, cambiaría, traer otra cosa para que pueda salir allí en la galería, como regalos.

E: Y a parte de su negocio, galería en general ¿Qué le gustaría mejorar?

E2: Como le digo, que entren otros inquilinos con otros rubros, que no sea ya alquiler sino otro, en ropa juvenil, pero en venta, todo lo que puede ser también zapatería, en zapatos o piñatería.

E: ¿Por qué le recomendaría GPR a otro empresario como usted?

E2: Le recomendaría que venga porque es cómodo, los stands, es cómodo, pero, le recomendaría que venga, pero, con lo que ella le gustaría también, no es de agarrar y poner un negocio que no te gusta, poner un negocio que a ella le gustaría poner para que así ella se pueda desenvolver porque no vamos a poner un negocio cuando no sé atender al cliente y a veces las personas toman decisiones donde no va y allí es donde ellos fracasan porque no les gusta.

E: ¡Claro! ¿Qué tiene de especial GPR para que usted lo recomiende?

E2: ¿De especial? ¿De especial qué tiene la galería?

E: eso que usted dice: “por estas cosas es que yo lo recomiendo”

E2: como le digo, yo lo recomiendo porque son cómodos los pagos, bueno, como yo ya tengo experiencia como tengo años ya aquí, si es que pondría otro negocio ya sería también en otro sitio porque sino la competencia conmigo misma.

E: ¿Por qué decidió apostar por GPR? ¿Por qué GPR y no otra galería?

E2: Porque es la galería que mantiene todo lo que es de alquiler y la gente ya conoce ese sitio, ya lo conoce y ya no puede irse al mercado porque acá ya van a encontrar lo que ellos quieren, porque solamente es de alquiler, ya lo conocen en Catacaos que ese es el sitio de alquiler.

E: ¿Está conforme con el servicio que GPR le brinda? ¿En qué sentido está conforme y en qué sentido de repente usted no está conforme?

E2: Bueno más antes la galería era un poquito más tiempo, pero ahora con esta enfermedad cerramos un poquito más temprano y ya no es igual como atendíamos antes, ahora hay reglas ya, no se puede ya ni evitar esas tardanzas porque, por ejemplo, yo como me hago tarde para viajar no se puede porque a veces los carros pasan full y ya uno tiene que salir un poquito más temprano del trabajo.

E: Y con el servicio de GPR ¿Usted se encuentra de acuerdo o no?

E2: sí porque solamente entran los inquilinos, no entran otros que no alquilen en la galería y eso sí porque solo entran en los servicios...

E: En sus años junto a la marca ¿Cuál o cuáles son los aspectos que más valora de GPR?

E2: ¿Valoro más de Plaza Real?

E: ¿Cuáles son esas cosas que usted más aprecia de este lugar de trabajo?

E2: El compañerismo entre colegas, amigas, aunque ahorita ya casi no estoy viniendo porque ya mis hijas vienen, pero, yo inicié acá.

E: O sea ¿Usted más valora el compañerismo que hay?

E2: el compañerismo que hay en el trabajo.

E: ¿Considera que las instalaciones son adecuadas? ¿Considera que las instalaciones, no sé, se mantienen limpias?

E2: Sí, sí se mantienen limpias porque como te digo que es chica la galería, normal. Es chica la galería, por ejemplo, cuando es grande allí se necesita que esté un wachiman, uno que esté pues allí cuidando, acá nos cuidamos entre amigas porque en otros sitios sí hay alguien que te cuide. Bueno, la galería porque cada una nos cuidamos ahí.

E: En cuanto a las instalaciones ¿Usted está conforme con las instalaciones?

E2: instalaciones ¿De qué? ¿De puestos?

E: Instalaciones me refiero a todas las galerías, el centro de trabajo ¿Usted está conforme, digamos, con todo lo que ve allí?

E2: sí, estamos bien.

E: Usted me dice que tiene aproximadamente nueve años trabajando acá ¿Qué es lo que le ofrece GPR para que usted haya decidido permanecer acá?

E2: Como te digo que ya tengo clientes, depende los años que uno ya tiene, ya te conocen, por ejemplo, en esos tiempos que yo no he estado viniendo, yo no quería ya regresar, le soy sincera, yo ya no quería regresar, pero, como me motivaron mis hijas y como también tenía llamadas. Tenía números de clientes fijos y ellos me decían: “regrese, señora, ¿cuándo va a regresar? Y eso me motivó, mejor dicho, me motivaron los clientes de venir y regresar vuelta acá a galería.

E: supongamos que su mejor amiga quiere poner también un puesto, su negocio ¿no? Equis cosas, quizás solamente con alquiler o con otras cosas que quiera vender ¿Por qué le recomendaría a su amiga GPR?

E2: Le recomendaría porque, como le digo, que ponga el mismo negocio, como amiga le diría que no ponga el que estamos porque ya somos varias, que salga con otro, con otro negocio que no hay aquí.

E: ¿Cómo podría definir el trato de los dueños hacia ustedes los arrendatarios?

E2: Bueno, cuando a veces yo tengo algún problema llamo al dueño, al que es encargado y le digo lo que está pasando y lo que está bien y lo que está mal, tiene que saber, hablando nos entendemos y así siempre mi comunicación es con el dueño, yo le digo las cosas cómo están y si le gusta o no ya depende de él.

E: ¿Está conforme usted con el sistema de cobranza?

E2: Sí, estoy bien con lo que se paga mensual.

E: ¿Usted cree que GPR tiene un trato considerado con los arrendatarios? ¿Considera que se le trata con respeto, amabilidad?

E2: ¿Que me trate con respeto el encargado?

E: con los dueños, sí, en general con los dueños

E2: sí, sí tengo buena comunicación, sí nos tratamos bien.

E: ¿Usted se siente segura en GPR?

E2: Sí porque las experiencias nos hacen tener seguridad, llevo años y nunca me han robado, nunca ha pasado nada.

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR?

E2: El ambiente no te podría decir que es todos los días bastante gente, como te digo que los negocios acá de alquiler casi la gente entra casi los días viernes y sábados porque son los días de fiesta y si vienen los demás días, a veces llegan, pero separan el día sábado, solamente son un poquito que llevan y alquilan son viernes y sábado. Sí porque casi aquí que entre gente, como te digo, que amplíen otros negocios para que pueda entrar más gente, que hubiera más entrada porque aquí lo conocen más como alquiler, ya la gente entra solamente para alquiler y yo quisiera que alquilen o que vendan otra cosa.

E: ¿Cómo definiría usted la manera de trabajar en GPR?

E2: Bueno lo caracterizo normal, cualquier cosa nos comunicamos en una reunión lo que está mal, lo que va a suceder de repente, por ejemplo, en lo que ha habido, estos sismos, ya teníamos que llevar un mantenimiento, por ejemplo, en las vitrinas para poder salir porque con ese temblor se pueden caer los maniquíes, las vitrinas y allí un poco pueden haber accidentes y eso se ha hablado ya con todas las compañeras y para que puedan salir los que están comprando porque se puede caer, puede haber un accidente, niños también, mis amigas que tienen sus hijitos, hay que tenerlos bien seguros ahorita por lo que está pasando porque en un momento u otro pasa y no estamos preparados a veces.

E: ¿Qué le gustaría cambiar del ambiente que se vive en GPR? ¿Qué es lo que, digamos, no le gusta quizá de la manera de trabajar, del trato con sus compañeras? ¿Qué es lo que podría usted cambiar?

E2: Bueno con mis compañeras siempre nos llevamos bien, pero, como te digo, nos ayudamos, nos apoyamos en cualquier cosa y si es en venta o es alquiler, tú no tienes, alquilame y así y nos damos a ganar algo ahí para poder sacar y el cliente que se vaya satisfecho.

E: ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR?

E2: Por ejemplo, ahorita hay clientes nuevos, clientes, como he regresado, por ejemplo, en el puesto en que yo estaba hay otra inquilina, por ejemplo, ya le ven a uno, porque uno ya es dueña y te han alquilado, ya te conocen y “mira, allá está la señora que yo le he alquilado”, ya el cliente va de frente donde ti, pero, lo único que sí algunas compañeras hemos cambiado de galería, de tienda, mejor dicho, que hemos cambiado de puestos, pero aquí estamos siempre, aquí estamos.

E: ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR?

E2: Vienen porque ya saben lo que van a encontrar aquí, como le digo, ellos ya saben que solamente es de alquiler, por ejemplo, ahorita hay 3 que alquilan y unos cuantos que nomás venden sandalias, venden ropa, y a veces que no le dicen ni la plaza real sino “el hueco”

(risas).

E2: en verdad sí en el hueco, el otro día yo le digo: “no señito, ese no se llama así, se llama Plaza Real”, no, pero, más conocido así porque es todo alquiler, yo le digo: “ustedes le pondrán así, pero tiene su nombre”. Como yo a veces agarro taxi para acá y me traen de frente, y yo me quedé así porque le digo: “Así no es, es Plaza Real” porque como lo conocen así más por lo que alquilamos y ya lo conocen así la galería.

E: ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR? Es decir ¿Qué es lo que usted cree que los clientes piensan de GPR?

E2: bueno qué piensen ellos, que ellos vienen y ya vienen a la galería y dicen: “señora, tiene esto” o preguntan porque a veces como hay clientes que, por ejemplo, los turistas, cuando vienen los turistas vienen y preguntan que qué venden aquí, a veces preguntan por comida y les digo que comida no vendo, es alquiler y me dicen: “no, es que a veces vemos aquí y de repente pueden vender otra cosa”, los turistas como bajan a Catacaos, a veces son turistas de la selva, a veces quieren una toalla o una bermuda y a veces no encuentran los turistas y ya nosotros tenemos que darles otros sitios para que puedan ir a comprar y eso le falta a la galería eso y le falta todo lo que sea para verano, como somos una ciudad calurosa y los turistas vienen por la playa o quieren comprar o quieren irse, bueno, más antes estaba pues la vida normal, bajaba bastante turista, ahorita que poco veo que viene turista y los turistas entraban a veces y preguntan por otros productos que nosotros no tenemos aquí en la galería.

E: ¿Usted durante sus años de experiencia ha podido identificar diversos tipos de clientes?

E2: Los tipos de clientes que vienen ya uno ya los conoce, por ejemplo, cuando yo doy mis tarjetitas o doy mi número de celular, yo ya les pongo sus nombres y a veces los reconozco por el nombre y digo: “ah ya, este cliente es de tal sitio” y a veces quieren el mismo la ropa que ellos quieren llevar, el otro mes quieren el mismo terno y dicen: “no señora, porque ese terno está aquí en la foto” hasta foto en celular traen del terno y que quieren el mismo terno igual, y yo a veces les digo: “pero tienes que cambiar porque para la foto tienes que salir con otra ropa” y ellos me dicen: “ah, usted tiene la razón” ya por eso los clientes ya te estiman y dicen: “no, porque la señora me va a vestir como a mí me gusta” y ellos van y ya son fijos esos clientes.

E: Cuando piensa en GPR ¿Qué es lo que se le viene a la mente?

E2: Ah, cuando se me viene a la mente Plaza Real es ir a trabajar, un poco a estresarse también, a veces vengo acá comienzo a conversar con mis amigas y me dicen: “ya, deja de estar en tu casa, vente acá” cuando a veces uno ya viene del trabajo se pone a pensar en lo que le falta, tanto, “tengo que seguir invirtiendo”, ver lo que te falta en tu tienda para poder surtir.

E: Voy a hacer una pequeña dinámica con usted, es pequeña, voy a pedir que cierre sus ojos un ratito y le voy a pedir que imagine a GPR ¿Qué es lo que se le viene a la mente cuando yo le digo Galería Plaza Real? Puede ser un objeto, una persona, lo primero que se le venga a la mente me gustaría saberlo

E2: Ya

E: Puede cerrar los ojos. Me gustaría saber qué es lo que piensa cuando yo le digo Galería Plaza Real ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente?

E2: Que toda la gente que pase que lo vea grande, colorido, con unos colores alegres para que reluzca y brille y ver que GPR avanza cada día.

E: Si la empresa no se llamara GPR ¿Qué nombre usted le pondría?

E2: ¿Qué nombre le pondría?

E: O si no se le ocurre nada ¿Qué aspecto o qué característica tiene plaza real para que usted diga que por allí se puede poner un nombre?

E2: Yo digo Plaza Real porque casi lo conocen como plaza, como un parque, en verdad, a veces yo digo “Plaza Real” a veces hasta el parque me llevan y yo les digo: “no jovencito, plaza real, que está en la real” y me dice: “pero usted me dice plaza”, y yo les digo: “pero yo no te digo parque o plaza de armas” y vale la pena que cambie su nombre, pero, que lo haga reconocido, que todo Catacaos lo conozca.

E: ¿Qué aspecto esencial cree que podría modificarse para que sea un buen nombre?

E2: ¿Qué nombre le pondría?

E: No, por ejemplo, yo, personalmente soy una persona muy respetuosa, de repente porque soy muy respetuosa puede salir un nombre que diga: “esa persona es muy respetuosa”, ¿Me dejo entender? ¿Qué aspecto tiene GPR para que usted diga que por allí se puede sacar un nombre?

E: pero eso ya tendría que ponerlo los dueños

E2: ¡Claro! Pero si a usted se le preguntaría, le gustaría de repente que le pregunten los dueños porque usted ya ha trabajado acá, va a seguir de repente trabajando acá, entonces, podría preguntarles, tomarlas en cuenta a ustedes las arrendatarias

E2: Yo le diría que podrían, algo de, porque yo considero a la galería como ropa de...

E: ¿De alquiler?

E2: no, como ropa de...

E: ¿De vestir?

E2: De vestir, elegante o algo parecido que sea reconocido ya como por ese rubro.

E: ¡Ah ya! ¿Usted levantaría el nombre por el rubro?

E2: Ajá, porque ya se le conoce por eso, ya se le conoce a la galería como alquiler, yo le diría que le pongan algo que sea de moda, porque Plaza Real, bueno yo como Plaza vea que hay de diferente rubro, en cambio acá como lo conocen como un rubro que es el alquiler, yo diría que le pusieran en nombre que concorde con la ropa diría, mi parecer, porque la gente lo conoce así y además no solo Catacaos, lo conocen los caseríos de Catacaos, lo que es Monte Sullón, Monte Castillo, Cura Mori, todos esos que rodean a Catacaos y ya lo conocen la gente del campo, porque a veces cuando no me traían una ropa me iba al campo, a Cura Mori, me dicen: “mira a la señora que alquila ropa allá en Catacaos” ya lo conocen en este rubro de ropa y más antes habían más inquilinos, en alquiler, habían más de 15, ahora hay poquitos

E: ¿Por la pandemia?

E2: Por la pandemia, antes había más y todo era ahí, en tiempos buenos, en campaña, en promoción que ahora ya no se puede, bien raro que algunos colegios irán a hacer.

E: bueno, muchísimas gracias por su entrevista.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 3: Gloria Cortéz Chiroque	Fecha de entrevista: 26 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): A ver señito me gustaría saber su nombre y datos personales, ¿Cuántos años tiene de experiencia? Entrevistada (E3): Mi nombre es Gloria Cortez Chiroque, tengo 11 años aquí en la galería. Soy una de las primeras fundadoras y en el transcurso que he pasado en mi galería, no me quejo me ha ido muy bien. Aunque tengo entendido por otras personas que no les ha ido bien, yo siento que he tenido un buen trato con los demás. Aunque hubo cambios en el cargo de la galería. E: Entiendo, un cambio para crecer. ¿Este es su principal trabajo? E3: Sí, este es mi principal trabajo desde las 9 de la mañana y me voy hasta las 4 de la tarde. E: ¿Cómo define Galerías Plaza Real? E3: Bueno yo lo definiría como un centro de trabajo especialmente para mí, puesto que es algo importante para mí el trabajo, tampoco me creo de edad, pero en otros trabajos piden muchos requisitos, pero en cambio este es mío, propio. E: Claro, usted es su propio jefe. E3: Si, desde el comienzo hasta el día a día. Hasta ahora me siento bien. E: ¿Qué lugar tiene para usted Galerías Plaza Real? E3: Para mí es el principal, porque terminó mis cosas y no veo la hora de venir. Ya me acostumbré, no es monotonía, sino que el día a día es diferente aquí. E: ¿Qué características resaltantes que rescata usted de GPR? ¿Cómo lo describiría? E3: Me llama la atención el venir acá todos los días, ver a mis compañeras en unión, por ejemplo, nos sale un contratito, nos unimos y lo hacemos todas. E: ¿Está conforme? E3: Así es.	

E: ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que considera usted de galerías Plaza Real? Con debilidades me refiero a ciertos defectos, faltas o carencias que se pueden mejorar y fortalezas me refiero a cosas buenas, positivas. Primero vamos con las debilidades.

E3: Los defectos es que no me gusta cuando está todo sucio. En esa parte, es muy importante mantener la limpieza, el orden, es importante serlo con otras personas porque a veces no todos tenemos el mismo trato para atender a nuestros clientes, pienso que eso es muy importante.

E: Eso es referente a sus compañeras y respecto a las galerías.

E3: Me gustaría otro ambiente, cambiarlo, pero lamentablemente no se puede. Nosotros queremos cambiarlo. Que tenga otra visión, es como cuando uno tiene su casa y vez algo manchado, uno quiere mejorarlo y queda bonito.

E: Las fortalezas, las cosas buenas que tiene GPR. Cosas que usted destacaría, por ejemplo, a mí me gusta Plaza Real por esto y esto.

E3: Me gusta Plaza Real porque es mi centro de trabajo y me da gusto venir acá porque ya a parte que me enseñe, es para mí una segunda casa. Y tenemos entradas, sobre todo para comprarme otras cosas y así.

E: En cuánto al funcionamiento general de la marca, que valores destaca que la empresa le transmite a usted en su día a día. Por ejemplo, yo trabajo en una empresa donde rescato el respeto y ese valor yo lo tomo para mi vida.

E3: Del dueño, me gusta su forma de ser actual, me gusta los puntos que establece, pero a veces no llegan todos a esa expectativa, no? y si todos nos uniéramos a lo que él dice sería mejor, entonces, en cuestión de compañeras, no todos están de acuerdo con su forma de ser de la persona y eso como que nos incomoda a nosotros.

E: ¿Les coloca retos?

E3: Claro, así debe de ser, es como tu mamá que te dice haz esto y esto no, no lo vuelvas hacer, pero a todos no les gusta eso. Hay cosas que sí están bien y hay cosas que no están bien.

E: Si podría mejorar algo de Galerías Plaza Real.

E3: Me gustaría cambiar sobre todo el ambiente el lugar, remodelar el piso y el techo. Hay muchas cosas para cambiar, pero no se puede porque hay un dueño y él es el que manda.

E: ¿Por qué le recomendaría a Galerías Plaza Real a otro empresario como usted?

E3: Esta galería, ya tiene mucha gente, desde el año que estoy acá. Muchos acá vienen nuevos, pero se van, se aburren, quieren conseguir dinero rápidamente. Pero si se quedan van a conseguir su día y su clientela, no es fácil estar en una galería. Pero dicen, pero no me gusta esto y siento que nos discriminan por cómo está la galería, pero el problema está en que aquí hay un grupo de personas que no todos son perfectos. Hay delincuentes, pero nosotros no vamos a ser como ellos, nos podemos acercar, pero nunca seremos así como ellos. Si brindamos un buen trato a la gente, las personas van a venir a la galería y como dicen “donde está la humildad, está el progreso”. Bueno yo si recomendaría porque a mí me gusta mi galería y amo mi trabajo, en ciertas ocasiones me han dicho: señora Gloria, “qué tal”, yo obviamente nunca diré no aquí no se vende si desde el primer día que iniciamos, desde abajo a mí me ha ido excelente. Nunca me quejo porque siempre hay algo, no llueve, pero gotea.

E: ¿Por qué decidió apostar por GPR y no otra galería?

E3: Porque cuando yo vine, yo trabajaba en mi casa y un día menos pensado, siempre tenía la idea de tener mi tienda, trabajar para mí, yo tenía mi tienda en mi casa, pero era como yo quería. Hasta que encontré un día que habían alquileres de stands, alquilé y me gustó el lugar.

E: ¿Qué le impactó cuando usted llegó?

E3: Me gustó el trato de la señora, como nos ofrecía y muchos vinieron, pero como te vuelvo a repetir varios quieren que la plata les llegue rápido y no se esfuerzan, pero luego poco a poco hemos empezado a ir mejorando en el trato y no tengo ninguna queja de ninguno de mis clientes. Me gusta venir bien para llamar la atención del cliente porque eso influye mucho.

E: Bueno cuéntenme, ¿Qué diferencias observa en la galería desde cuando usted entró a la actualidad? Tal vez ha cambiado para mejor.

E3: Ha cambiado mucho en el tema de las ventas, la galería está más para alquiler que para ventas, y también los mismos comerciantes, compañeras, no son tan aguerridas como las chicas de antes, ahora hay otras, pero están iniciando bien.

E: ¿Cuándo usted inició acá la infraestructura era igual o algo ha cambiado?

E3: No ha cambiado nada. A mí sí me gustaría (que cambie la infraestructura)) cambiar porque la visión influye mucho quizás más adelante se realice ese proyecto, ellos sí querían, ojalá que más adelante se realice.

E: ¿Usted está conforme con el servicio que le brinda galería Plaza Real?

E3: No estoy conforme con la infraestructura, pero en los demás sí, pero de ahí de lo demás está excelente. Me gustaría ver cambios porque son años, tendríamos mejores cosas y sería bonito ver eso.

E: Lleva muchos años junto a la galería, entonces cuáles serían los aspectos que usted más valora de la marca. En todos sus años de experiencia, cuáles son todos los aspectos que usted ahora valora, por ejemplo, en mi caso trabajo en una empresa y me gusta cómo me trata el jefe.

E3: En el trato si hubo algunas discrepancias en la manera como uno pide algo, pero del resto me siento bien y el administrador es una persona muy respetuosa, uno valora mucho eso.

E: Usted me comentaba sobre el tema de la infraestructura y de la limpieza, usted considera que el lugar de trabajo se mantiene limpio. Cuando usted llega a trabajar cómo lo encuentra.

E3: A mí me gustaría encontrar el piso encerado, por ejemplo, si yo vivo en una casa de piso tierra entonces regaría todos los días para que se vea mejor. Entonces igual acá, si no tenemos un buen piso, entonces sería quincenal o mensual darle una buena encerada y eso debería nacer por parte de la administración, pero sí de parte de todas nosotras. Yo soy de encerar dos veces al mes, pero a mí me molesta cuando vengo veo mi piso sucio, todo un desastre, eso da mucho que decir hay personas que incluso vienen y nos han reclamado. A mí me molesta también que digan que esto es un mercado, incluso cuando escucho a las señoras, le digo no señora el mercado queda en tal lado y me nace preguntar porque dicen que les parece un mercado. Me contestaban que parece un mercado, es igual a un mercado, entonces con otra compañera conversamos del tema y como que nos incomoda escuchar eso, que nos digan que es un mercado.

E: ¿A usted principalmente le gustaría que la diferencien del mercado? Quiere que se conozca por un lugar exclusivo.

E3: Así es, que sea especialmente nuestra galería.

E: Entiendo, ¿qué es lo que le ofrece la marca para que permanezca 11 años aquí?

E3: Bueno, no es que me haya ofrecido tanto, pero es mi trabajo y mientras yo no haga nada que ofenda a la marca no creo que me saquen, me siento cómoda aquí y me llevo muy bien con todas.

E: ¿Usted tiene una mejor amiga?

E3: Sí

E: ¿Cómo se llama?

E3: Isabel

E: Imagínese que yo soy esa mejor amiga, y yo le digo a usted y le comento que estoy buscando un lugar para hacer mi negocio. ¿Qué lugar me recomendaría usted?

E3: Justamente, Isabel sacó sus cosas de acá. Yo tenía tres stands, me dice yo no puedo vender nada, entonces le digo te doy mi stand que fue el primero donde yo empecé me costaba un poco soltarlo, pero le dije vende allí y así lo hizo, le fue bien, porque ella tenía miedo ir para otro lado. Yo le decía no te preocupes.

E: ¿Usted sí les recomendaría a otras personas GPR?

E3: Claro, así lo hice, a varios, pero ahora las personas ponen peros, si hablan así no hacen nada, hay que perseverar para estar ahí.

E: ¿Cómo describiría usted el trato de los dueños?

E3: En cuestión de la administración era otra persona, muy buena era la dueña, la señora Marleny, una muy buena persona, era una amiga para todos, hasta ahora lo sigue siendo. Hubo un cambio radical con el nuevo administrador (Ronald hijo), pero lo veo bien, es muy respetuoso, pone sus puntos, aunque no todos están de acuerdo, mis compañeras me decían para

comunicarles sus incomodidades por ser la más antigua, antes planteábamos las reuniones, ellas no decían nada y yo tenía que comunicar.

E: Usted ha sido como la líder del grupo. ¿Usted está conforme con el sistema de cobranza y cómo es?

E3: Es mensual, yo soy un poco maniática en ese aspecto, me gusta pagar puntual, si es posible antes del día. No me gusta tener deudas. En este caso de la mensualidad, no tengo problemas en ese punto.

E: ¿Les ha dado facilidades los dueños?

E3: En el tiempo de ahorita normal, sigo pagando igual.

E: Usted cree que existe una equivalencia entre lo que paga y el servicio que recibe. Puede que se encuentre a gusto o esté un poco inconforme.

E3: No estoy de acuerdo en la limpieza, es lo único. Sería de contratar a alguien, pero también he pensado con otras compañeras que cada una mensual baldear, limpiar porque es muy importante mantener limpio el lugar porque las personas que vienen observan todo. Yo si lo hago en mi pedacito, pero me gustaría ver que los demás también lo hagan, así como yo.

E: ¿Usted considera que GPR la tratan con respeto y lealtad?

E3: Yo pienso que sí, nunca me han faltado el respeto ni tendrían que faltármelo porque nunca me he comportado mal.

E: ¿Usted se siente segura aquí?

E3: Sí, me siento tranquila, nadie nos molesta, gracias a Dios no hemos tenido problemas de robo pese a que a veces nos hemos quedado tarde 7 o 8 de la noche, nunca, siempre tenemos distancia. Nosotros no molestamos a nadie ni nadie a nosotros, vivimos el día a día con la voluntad de Dios a trabajar.

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR? Es decir, me refiero al trato que existe entre todos, otros arrendatarios.

E3: Con las chicas no hay problemas, algunas nos comunicamos que modelos van a traer y otras un poco más distanciadas no tiene mucha comunicación, pero nos llevamos bien, como siempre hay cosas secundarias.

E: ¿Cómo definiría la forma de trabajo de acá? ¿Le gusta?

E3: Me gusta trabajar acá, pero no me gusta por ejemplo que una compañera venga y te lleve el cliente, esas cosas sí me molestan no solamente conmigo sino también con mis otras compañeras.

E: ¿Qué cambiaría del ambiente?

E3: Eso, ese tipo de gente, llamarles la atención en una reunión decir le sabe que señora ser parcial cada uno en su sitio, todos estamos en la disposición de atender el cliente, pero esto de quitarse clientes si me molesta y eso me lo han hecho muchas veces por mucho tiempo, me gustaría mencionarlo en una reunión para comentarlo y cambiar.

E: ¿Nunca hubo un comité?

E3: Al principio sí hubo, pero luego nos faltó para ver estos temas y lo de limpieza, para contratar a alguien y hacer publicidad los jueves, viernes, sábado. Otras actividades o para celebrar los cumpleaños de las compañeras para tener más unión entre nosotras.

E: ¿Por qué cree que se hizo conocido Galerías Plaza Real?

E3: Al principio por las ventas, luego más por el alquiler.

E: ¿Cómo definiría a los clientes de la galería?

E3: Bueno hay algunos clientes muy fijonazos (risas) son especiales, miran el color, la talla y el que tiene paciencia lo atiende en cambio otros no le dicen no hay nada. Yo soy una de esas personas que les tengo paciencia, le saco los colores y lo dejo allí solito que elija, y es muy difícil atender a un solo cliente una hora. Hay gente que viene de Piura que se demora hasta media hora para elegir su terno y al final me compran y valió la pena esa hora de atención, tengo mis clientes de Piura que me llegan o me llaman. Me dicen señora muchas gracias, a la próxima vez voy a venir, usted va ser mi caserita, igual las señoras me dicen para mi hijito o para sus niñas. Así muy bien.

E: ¿Por qué cree usted que los clientes vienen a Galerías Plaza Real que es lo que llama a venir?

E3: Los llama la variedad de vestidos o ropa que tenemos de damas, caballeros y niños. Otro porque nuestro producto especialmente, siempre estamos renovando, ellos nos dicen cuánto está tal prenda y me comentan que en Piura está más

caro y son feos, los ternos están más viejos. Entonces yo le digo pase la voz a sus vecinos para que vengan a Plaza Real y lleven cualquier modelito de nuestros stands, así me comentan y se van contentos con los que se llevan.

E: ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de Galería Plaza Real?

E3: Que aquí pueden encontrar de todo, no solamente en un stand sino en los diferentes stands, para niños, de niñas, otro para personas gorditas, otro para altas o flaquitas. Tallas XXL para caballeros y eso hace que ellos regresen.

E: Cuando piensan en GPR ¿Qué es lo primero que le vienen a la mente?

E3: Voy a Galería Plaza Real porque mañana tengo una fiesta o una entrevista, sé que allí voy encontrar. Por ejemplo, las chicas cuando tienen una entrevista de trabajo.

E: ¿Como arrendataria qué piensa?

E3: Si yo digo que aquí pueden encontrar de todo, se puede pasear por todo el lugar, tener ese lujo de ver todo y se vaya contento. Por ejemplo, a mí me gusta, sino no tengo esa talla o modelo que busca, le digo al cliente amiguita no lo tengo y le recomiendo de otra compañera.

E: Ahora vamos hacer una pequeña dinámica, le voy a pedir que cierre los ojos e imagine Galería Plaza Real, ¿qué objetos se le vienen a la cabeza?.

E3: Ropa

E: ¿Qué más?

E3: Zapatos, termos...

E: ¿Si GPR no tuviera ese nombre, ¿cuál sería?

E3: Allí ya me agarraste

E: No se le viene nada a la cabeza

E3: Bueno, le pondría, la alegría de entrar a una tienda y ver que vas a buscar algo que a ti te guste, es una alegría eso. Colores llamativos y todo eso.

E: ¿Qué aspectos de GPR debería considerarse como un nombre? Alguna característica, por ejemplo, tengo una amiga y a ella le gusta mucho comer, entonces a partir de esa característica le pondré un apodo. Entonces, ¿desde qué aspecto podría aplicarse para hacer un nombre?

E3: Un bazar, porque acá encuentras de todo. Acá hay odontólogos, manicure, pedicura, corte de cabello, hay variedad.

E: Entonces usted lo tomaría desde el punto de la variedad. Muchas gracias por todas sus respuestas. Ha sido un gusto.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 4: Héctor Lalupú More	Fecha de entrevista: 30 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): voy a grabar para tener un registro auditivo. Me gustaría saber de usted, más que todo sus datos personales, cuántos años de experiencia tiene acá... Entrevistado 4 (E4): mira, buenos días, yo me llamo Héctor Lalupú More, mi especialidad, lo que tú ves acá, yo me dedico a prótesis dentales, soy protesista dental, en la galería yo tengo maso menos 10 años trabajando, pero, mi experiencia de trabajo es ya como 25 años, yo antes, yo en sí he estudiado y he trabajado en Trujillo, yo allá me he formado, allá he trabajado y después he venido como quién dice a mi tierra, yo soy de acá del norte y me quedé acá, me quedé trabajando, vine como probar y me quedé. E: y se quedó... E4: y me quedé acá y eso... E: ¿Qué significa para usted GPR? ¿Cómo lo describiría? E4: mira, para mí GPR es algo ya parte de mí, es ¿Cómo te digo? Es mi segundo hogar prácticamente porque mi casa, galería, mi trabajo acá, es algo muy importante para mí, es algo, ¿Cómo te digo? parte de mí ya, es mi segundo hogar, a parte que es mi centro de trabajo. E: entonces diría que ha impactado de buena manera a su vida	

E4: sí

E: ¿Cuáles son las características resaltantes de GPR para usted?

E4: las características más resaltantes, una de las características es la facilidad que tenemos para estar acá en esta galería y seguir trabajando, gracias a los dueños que también nos dan apoyo o nos pueden... como quien dice, las formas de pago ¿no?, un lapso de facilidades para pagar y todo eso porque ahorita con esto de la pandemia que ha pasado y todo ha bajado un poco y otra que es accesible poder pagarlo, poder pagar el alquiler, esas características pueden ser también.

E: ¿Cuáles cree que son las debilidades y fortalezas de GPR?

E4: ya, la fortaleza de la galería y que la gente quiere seguir trabajando acá porque el trato es humanitario, no hay discriminación y el trato por igualdad a todos, todos somos por igual. Y bueno, en eso de las debilidades va con los dueños, para mi criterio mío, o sea arreglarlo un poquito más, ser un poquito más impactante para los clientes.

E: ¿En cuanto a la infraestructura?

E4: claro

E: en cuanto al funcionamiento general de marca, me refiero a marca como a GPR ¿Qué valores destaca de GPR?

E4: ¿Qué valores destaco?

E: ¿Cuáles son esos valores que, a usted, quizás, le han impactado y los ha hecho suyos?

E4: ya, mira, en ese aspecto, como te dije anteriormente, la forma como los dueños respetan y tratan a sus inquilinos porque nosotros somos inquilinos y eso es lo más esencial.

E: o sea más que todo el trato con ellos, ese es el valor más importante que resalta, si pudiera mejorar algo de GPR ¿Qué sería?

E4: como te digo, lo único la infraestructura, que sea un poquito más llamativa, que pase la gente y que le impresione, por curiosidad, aunque sea que entren.

E: ¿Por qué le recomendaría GPR a otro empresario como usted?

E4: como te dije anteriormente, acá la galería, yo la recomendaría, hay trato humanitario, hay trato por igualdad a todos y también por la economía que también puede ser

E: las facilidades de pago...

E4: las facilidades de pago que podemos hacer.

E: ¿Por qué decidió apostar por GPR?

E4: por lo que, bueno, una que cuando llegué acá indagando alquilé, fui captando un poco más a mis pacientes, mis clientes y la ubicación también, o sea es una zona donde está ubicada, o sea muy importante, una zona estratégica, hay bastante movimiento de personas durante todo el día y hay facilidad de que puedan entrar a la galería.

E: ¿Está conforme con el servicio que GPR le brinda? ¿En qué sentido está conforme y en qué sentido de repente usted no está conforme?

E4: ya, mira, sí, por ahora sí estoy conforme, el tiempo que tengo trabajando acá, sí estoy conforme, han pasado algunas cositas que hemos tenido con los dueños, pero, son algo ligero que hemos conversado y hemos solucionado y hemos seguido trabajando. Y, otra que, bueno no tengo otra inconformidad con eso, no puedo decirte porque en sí no hay.

E: En sus años junto a la marca ¿Cuál o cuáles son los aspectos que más valora de GPR?

E4: ¿Los valores que más?...

E: ¿Qué cosas de GPR son las que usted más aprecia?

E4: ya, como te digo, la gente que trabajamos acá, todos por igual, o sea nos respetamos, somos solidarios, cooperamos entre nosotros, nos ayudamos entre nosotros.

E: y eso es lo que usted más resalta

E4: sí y estamos unidos, pasa algo y estamos allí apoyándonos como miembros de esta galería

E: considera, bueno, me dice anteriormente que le gustaría que se mejoren las instalaciones, pero, en cuanto a la limpieza ¿le gustaría que, digamos, se mantenga así o que se mejore un poco más?

E4: en ese aspecto, sí me gustaría un poco más de higiene por lo que ahora con la pandemia, de enfermedades que están pasando hay que tener bastante cuidado, pero, eso ya depende también de nosotros mismos, de los inquilinos porque al menos la limpieza deberíamos mantenerla todos, por ejemplo, ya el dueño compraría algunas cosas, apoyo, pero en sí lo que usamos los servicios, por ejemplo, higiénicos, prácticamente estamos acá constantemente nosotros, somos nosotros los inquilinos y, o sea, ese es un trato que tendríamos que hablar con todos para mejorar la higiene de toda la galería.

E: hemos observado que usted... ¿Cuánto me dice que lleva de experiencia aquí?

E4: ¿Acá en la galería? 10 años masomenos

E: ¿Qué es lo que le ofrece la marca para que usted haya decidido quedarse acá?

E4: ya, la marca lo que me ofrece, la galería es... yo ya me he conocido, o sea ya me conocen, como quien dice: "El señor fulano de tal" trabaja allí en la galería, o sea ya es una marca que conocen, la galería, entran y acá estoy yo, el señor fulano de tal trabaja en esto y allí lo encuentras, o sea por la marca en la galería Plaza Real: "En la galería anda y allí está el señor", o sea allí te puede ayudar a salir

E: ¿Recomendaría GPR a otra persona?

E4: claro, como te dije acá hay facilidades de poder trabajar, de poder alquilar un local y el ambiente se presta que es una zona estratégica con movimiento de gente

E: ¿Alguna vez ha tenido algún problema con el rubro que se mueve dentro de la galería?

E4: bueno, mi rubro es muy diferente a lo que está acá es muy diferente, en ese aspecto no, no he tenido ningún problema porque lo mío es a aparte, cosas muy diferentes con lo que mis otros compañeros de trabajo hacen y en ese aspecto no he tenido ningún problema

E: ¿Cómo podría describir el trato de los dueños con los arrendatarios?

E4: como te dije anteriormente, no tengo quejas de los señores, gracias también a ellos, nos dan la facilidad de poder estar acá, hablamos, llegamos a un acuerdo, todo bien, o sea un trato amable y respetuoso más que todo y eso

E: ¿Está conforme con el sistema de cobranza?

E4: sí, como te digo, de cobranza es algo que podemos pagarlo, o sea accesible a pagarlo, también poder seguir trabajando acá porque a veces yo he buscado en otros sitios, no, demasiado, o sea, que uno llega y se comienza a colar plata, a fabricar plata, pero eso no, hay que ver la forma en que ambos podamos ayudarnos y seguir adelante como sociedad, como personas, como amigos y seguir, o sea como quien dice, apoyarnos, es decir "yo te alquilo, tú quedas bien" pagamos, normal, es algo accesible que podemos seguir trabajando

E: ¿Usted cree que GPR tiene un trato considerado con sus arrendatarios? ¿Considera que se le trata con amabilidad y respeto?

E4: sí

E: ¿Usted se siente seguro en GPR? Hablo de seguridad en todos sus aspectos

E4: ya, mira, en ese aspecto el tiempo que tengo acá no he tenido ningún problema de que haya, de que han entrado a robar o algo. Sí, sí hay una seguridad, o sea acá, como tú puedes ver, hay accesibilidad, que cuando llega la hora se cierra y ya no entra nadie ni sale nadie. Sí, sí es seguro.

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR?

E4: mira, como te dije anteriormente, acá es un ambiente de armonía, respeto, de confianza entre nosotros los inquilinos y trabajadores de acá, como te digo es un trato amable y respetuoso entre todos nosotros

E: ¿Cómo definiría usted la manera de trabajar en GPR?

E4: la manera de trabajar ¿En qué forma te refieres?

E: de repente su trabajo personal, el trabajo de sus compañeras, el trabajo de los dueños ¿Cómo lo definiría?

E4: mi trabajo, o sea, a lo que yo me dedico, o sea mi trabajo, como tú ves, es parte de la salud, es tratar al paciente, servirlo, ayudarlo y aliviarle sus dolencias o solucionarle un problema dentar que él tenga. Bueno, con mis amigos, tú ves que se dedican a otro rubro, ellos alquilan ternos, ropa de vestir y es muy diferente a lo que yo hago, pero viendo en ese aspecto,

nos llevamos bien, no hay problema porque tampoco puede decir como él se sentirá, ya es muy diferente, tendrá su propia opinión, pero, la forma en que nosotros nos llevamos, la forma de trabajo, no hay problema

E: ¿Qué le gustaría cambiar del ambiente que se vive en GPR? Algo que quizás a usted no le gusta, que quizá lo pueda cambiar, que de repente no es una debilidad tan grave, sino que de repente usted quiere cambiarla

E4: ¿Qué podemos sacar pues no? O sea, lo único que es mejorar la infraestructura, ¿no?, mejorarla, y como te dije, algo que impactar a la gente y que sea más llamativo, ya se trate de infraestructura o publicidad, todo eso, pero, ya eso ya depende de los dueños

E: ¿Por qué cree que se ha hecho conocido GPR?

E4: por los inquilinos, claro, imagínate si no existiéramos nosotros, existiera la galería, pero si no existiera inquilinos, o sea ¿Qué le vamos a ofrecer al público? No hay nada y dicen: “no, en esa galería no hay nada”, eso

E: ustedes mismos son los que...

E4: claro, nosotros mismos somos los que podemos que plaza real siga o no siga, o que la gente entra a que compre porque si no imagínate que no existiéramos nosotros, la galería no va más, por más que venga un alquiler, otro alquiler, va a seguir funcionando porque hay un inquilino, hay un alquiler allí que le ofrece un producto a la gente.

E: ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR?

E4: inteligentes (risa), bueno que vienen algunos por curiosidad, otros por solucionar su problema, en mi caso, por solucionar su problema odontológico, otros por solucionar sus problemas en alquiler de terno o tienen un compromiso y no tienen a la mano: “vamos a la GPR, allá alquilan” y buscan a su gusto que ellos quieren porque tengo amigos que alquilan la ropa de vestir

E: ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR?

E4: una por su ubicación y está cerca, es accesible venir acá, o sea está cerca y por su economía también, para una moto, vienes, hay unos que se vienen caminando que son del propio Catacaos, se vienen y otros, una moto, dos soles y ya están acá, llegan y adquieren lo que ellos buscan y solucionan

E: ¿Qué percepción cree que tienen los clientes de GPR? ¿Qué es lo que usted cree que ellos piensan?

E4: yo creo que ellos piensan, a mi criterio mío, que es algo accesible llegar a la galería, otro es poder encontrar lo que ellos buscan y otro, la economía

E: esos son los tres...

E4: cerca, es un lugar cerca, accesible de llegar, solucionar su problema buscando alquiler o solucionar su problema de algo y la economía, que es muy importante.

E: cuando piensan en GPR ¿Qué se le viene a la mente?

E4: humanitario, todos somos humanitarios, o sea tratamos igual a todos ya sea grande, chiquito, moreno, todo, no somos discriminatorios a nadie, a ninguno, somos iguales.

E: voy a hacer una pequeña dinámica con usted, solo pequeñita nada más para ya concluir y no quitarle más tiempo, le voy a invitar a que cierre los ojos en este momento y cuando yo le diga “Galería Plaza Real” me va a decir lo primero que se le viene a la cabeza, sea un objeto, una persona, no sé, lo que se le venga a la cabeza, así sea un disparate, a mí me importa saberlo

E4: a ver, cierro los ojos

E: sí, yo le digo “Galería Plaza Real” y usted me dice lo primero que se le viene a la cabeza, sea un objeto, una persona, lo que fuere

E4: objeto, persona, ¿Solo tiene que ser objeto o persona?

E: objeto, persona, lo que a usted se le venga a la cabeza. “Galería Plaza Real”

E4: amistad

E: Si Galería Plaza Real no se llamara así ¿Qué nombre usted le pondría?

E4: Galerías del pueblo

E: ¿Por qué Galerías del pueblo? ¿Cuál es el aspecto en que usted se ha fijado?

E4: porque, ya, mira, galerías del pueblo podría ser porque acá podemos llegar y alquilar algo que podemos pagarlo y la gente va a encontrarlo, desde un precio más pequeño hasta un precio más alto y eso está accesible al pueblo, el pueblo somos nosotros.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 5: Lesley Carmín Salazar Duque	Fecha de entrevista: 27 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): bueno me gustaría conocerla a usted, conocerla un poco más, saber su nombre, sus datos personales, ¿Cuántos años de experiencia tiene acá? Entrevistada (E5): ¡Claro!, bueno, mi nombre es Leslie Bazar Duque, 36 años, madre de 3 hijos, casada, felizmente casada (risas) bueno, yo acá ya llevo 6 años ya trabajando aquí en esta galería y contenta porque poco a poco he ido creciendo con mi negocio, ahora cuento con otro local más. E: ¿Tiene dos locales acá? E5: sí, recién hace poco lo he implementado el local, bueno, siempre viendo con la mejora de ir creciendo siempre, ese ideal de no ser conformista, siempre ir avanzando, poco a poco. E: ¿Y esta es su principal fuente de ingreso? E5: Claro, para mí sí porque yo soy independiente, antes como yo era soltera trabajaba dependiente de una empresa pero ya me comprometí, me casé y ya pues tuve que ver la manera de estar también ahí con mis hijos, también la posibilidad de estar allí con ellos y tú sabes que el trabajo dependiente de una empresa es más complicado, por eso me decidí, una amiga me animó a ingresar en esto del negocio, también le agradezco bastante porque con ella entendí todo lo que sé ahora sobre el negocio, empecé con lo que es calzado y ahora he iniciado lo que es el alquiler. E: ¿Qué significa para usted GPR? ¿Cómo lo describiría? E5: en lo que es galerías, me siento bien, tranquila, en un ambiente bueno, también que me ha ayudado a ir poco a poco a ir creciendo también, ¿Para qué? No me quejo de los dueños, me han apoyado, siempre me han comprendido cuando he tenido un problema, nunca me han dejado sola, sé que como siempre pasan por allí cosas, pero, se arreglan conversando. E: ¿Cuáles son las características resaltantes de GPR para usted? O sea ¿Qué es eso que ha significado en su vida? ¿Qué es lo que puede destacar de GPR que la ha impactado? E5: el ambiente bueno que he podido lograr con mis compañeras, en todo caso, la amistad que se ha podido llegar a afianzar durante los años que llevo acá con esas personas. Bueno, con los dueños, lo que es la confianza también que cada día, cada año ha ido creciendo con ellos y que eso me ha ayudado también de repente por ahí a avanzar también algo en lo que ahora tengo en mi negocio. E: ¿Entonces las características que usted más destacaría son la amistad que se ha forjado durante años y la confianza? ¿no? E5: exactamente, y también el crecimiento en lo que es mi negocio también pues, ha ido creciendo a pesar de lo que ha pasado en la pandemia, pude lograr salir nuevamente adelante y poco a poco ir avanzando porque también esto ha sido un poco complicado, la pandemia bajó bastante el negocio, pero, me he dejado, mejor dicho, me he quedado, he tratado de lograr avanzar poco con las cosas que he podido lograr. E: ¿Cuáles considera que son las debilidades y fortalezas de GPR? Entiéndase por debilidades a aquellos defectos, faltas que todavía se pueden quizá mejorar y como fortalezas aquellas cosas buenas que usted rescataría de la galería. E5: las fortalezas puede ser la amistad que puede haber entre una u otra persona que trabaja aquí, que hemos afianzado durante estos años, como le digo. La debilidad puede ser que de repente por lograr una venta, lograr ganar un cliente a veces han surgido aquellos problemas que han hecho que de repente vengan estas discrepancias con la otra persona que trabaja en otro stand ¿Cierto? En ese sentido pueden ser las debilidades y las fortalezas. Bueno, en las fortalezas también puede ser el apoyo que nos brinda el señor cuando necesitamos algo. E: ¿Usted está conforme con el lugar de trabajo?	

E5: podría ser en la medida que siempre hemos conversado con el dueño para que se pueda ir haciendo mejoras en lo que es el ambiente, la infraestructura porque a veces hay cosas que yo en mi casa trabajo con lo que es la mercadería, a veces pasa que como al otro lado personas que venden verdura se produce que haya eso. Lo que sí me gustaría que se mejore aquí es la infraestructura poco a poco, siempre se lo he hecho saber también, espero que pueda lograrse algún día, mejorar el ambiente también, que los puestos sean un poco más amplios para que uno cada vez va progresando, va comprando un poquito más de mercadería, el ambiente amplio para poder tener tu negocio, eso es lo que más me gustaría en todo caso, de mejora.

E: en cuanto al funcionamiento general de la marca, entiéndase la marca como GPR ¿Qué valores destaca de GPR? ¿Cuáles son esos valores que la empresa misma ha hecho que usted los ponga en práctica en su vida?

E5: lo que es, los valores con los dueños me habla ¿no?

E: claro con el dueño, de repente en el trato con sus compañeros, engloba todo

E5: el apoyo mutuo que nos podemos brindar como compañeras de trabajo, mejor dicho, apoyarnos entre nosotras, no ser egoístas, al contrario, si una necesita del otro, siempre estar ahí para ofrecer una ayuda. Hablando de lo que son los dueños también, yo no me quejo porque siempre cuando he necesitado un apoyo siempre han estado conmigo, eso es lo que puedo más yo resaltar.

E: si pudiera mejorar algo de GPR, me dice que se podría mejorar la infraestructura ¿Qué otra cosita quizá? de repente no tanto material, quizá cosas como valores, cosas que se puedan mejorar, que usted dice: “esto hay que mejorarlo”

E5: a veces que existe un poco de ... las personas que trabajan aquí, una que otra, no puedo involucrar a todas, todas no son iguales, pero sí he visto unas cosas negativas, ellas quieren lograr para sí mismas un ingreso y sin embargo no les importa las otras personas, quieren abarcar todo para ellas solas, sin importarles que perjudiquen a otras personas, a veces te quitan los clientes, no les interesa, en ese sentido también puede ser, que a veces, a pesar que uno les brinda un apoyo, que está allí con ellas, no valoran eso, en ese sentido podría ser, podría mejorar algo, porque antes ha habido, como se dice, personas que no eran así y ahora ciertas personas que llegaron se comportan un poco así, eso hace que el ambiente se vuelva un poco hostil a veces porque hay diferencias y con los comentarios entre ellas o los malos comentarios acerca de tu persona o de otra persona y siempre sucede a veces esas cosas.

E: ¿Por qué le recomendaría GPR a otro empresario como usted? Es decir ¿Qué tiene GPR de especial para que usted pueda recomendarlo?

E5: lo que pasa es que acá, por ejemplo, lo que es el alquiler y los precios, lo que es los puestos hay que adecuarse también a lo que nos ofrecen, que son puestos pequeños, no son muy grandes, son de dos, y depende la necesidad que uno tenga va a alquilar el local, entonces hay un buen ambiente, claro que a veces van a suceder esas cositas que a veces no ... pero sí existe un ambiente laboral bueno, tranquilo, donde se puede lograr afianzar una amistad con otra persona y eso es lo bonito, está en una zona que te permite el ingreso de personas que te van a ayudar a sacar tus productos.

E: claro, está en zona estratégica

E5: exactamente, está en una zona estratégica, eso es lo que más te ayuda también, es bueno que una galería esté en un lugar bien ubicado para que puedas tú lograr tus ventas para que te pueda llegar el público.

E: ¿Por qué decidió usted apostar por GPR? ¿Por qué GPR y no otra galería quizá del mercado o de otro lugar?

E5: te ofrece unos locales, como se dicen, seguros donde puedas tener la seguridad de que tu mercadería está segura, donde no habrá un robo quizás, porque hay una seguridad de por medio, está en un lugar, como te digo, estratégico donde hay mucha afluencia de público, eso nos ayuda también a nosotros como comerciantes y el ambiente también tranquilo, bueno agradable con las personas que trabajamos aquí, tratamos de llevarnos eso siempre y lograr apoyarnos para salir adelante juntas.

E: ¿Está conforme con el servicio que GPR le brinda? ¿En qué sentido está conforme y en qué sentido de repente no está conforme?

E5: bueno yo estoy conforme en cierta parte, y en otra parte sí me gustaría que los locales se podrían ampliar y sí mejorar un poco la infraestructura, que es lo que nos ayudaría a nosotros en nuestras necesidades para de repente ir mejorando

nuestro localcito, nuestra área de trabajo porque a veces no nos alcanza el espacio, como te digo, para tener nuestra mercadería allí, pero el resto estoy muy bien, contenta con mi trabajo, contenta con el ambiente que lleva hace años acá, con las personas que trabajo también.

E: En sus años junto a la marca ¿Cuál o cuáles son los aspectos que más resalta de GPR?

E5: hemos ido ganando, como te digo, confianza con las personas que trabajan aquí, hemos podido afianzar esa amistad, hasta con las mismas personas que son los dueños, nos brindan también esa confianza, tratan de llegar a nosotros en la medida de lo que pueden, poder ver nuestras necesidades, nos apoyan siempre que hay un problema, una circunstancia, cuando necesitamos siempre tratan de comprender también la necesidad que tenemos y eso es lo que más puedo resaltar de la galería y de sus dueños.

E: me ha comentado anteriormente que no está tan conforme con las instalaciones, que se podría mejorar, en cuanto a la limpieza ¿Considera que las galerías se mantienen limpias? Que, digamos, no solo la galería sino la parte de afuera también se mantiene limpia ¿Cómo es ese tema? ¿Cómo lo ve usted el tema de la limpieza?

E5: bueno en lo que es la limpieza sí, siempre se mantiene limpia, hay una persona que hace el aseo en toda la galería, claro que nosotras ya cuando llegamos vemos el ambiente del stand que tenemos nosotras y tratamos de mantener siempre así nuestro local, toda la galería y que se mantenga limpia, se mantenga buena pues bien vista para las demás personas, el público en general que ingresa para que no se lleve una mala impresión de la galería y mantenerla vistosa con nuestra mercadería, lo mejor posible.

E: usted me dice que tiene aproximadamente 6 o 7 años de experiencia aquí, ¿no? ¿Qué es lo que le ofrece la marca para que usted haya decidido permanecer aquí?

E5: la seguridad de que uno puede ir avanzando poco a poco si lo desea, todo es cuestión de poner ganas en el negocio, ver lo que más te puede salir aquí, lo que más sale, por ejemplo, aquí es el alquiler, prácticamente esta galería se ha vuelto alquiler, conocida por lo que es el alquiler de ropa para ocasiones de lo que es fiestas y lo que es venta también, bueno yo poco a poco he ido creciendo, puse un negocio de venta, claro que no era muy movido, pero igual no me quejo siempre me ha ido bien, ha ido creciendo poco a poco y ahora he implementado más cositas en mi negocio, eso es lo que más puedo ver en todos estos años en que llevo acá, no me he ido de acá porque me siento bien, me siento tranquila en el ambiente en que me desenvuelvo en la galería y cada día me siento contenta de ir creciendo y de ir avanzando poco a poco y me gustaría que también en algún momento, también cada día vaya progresando también la galería con nosotros, eso es lo más importante.

E: ¿Recomendaría a otra persona alquilar en este lugar?

E5: sí, yo lo he hecho varias veces en varias oportunidades cuando han venido a preguntar a la galería, claro que también a veces hay que comentar también qué negocios puede funcionar aquí porque también, claro, en una galería hay ciertos negocios que funcionan y ciertos negocios que no y hay que ir orientando a la gente también porque a veces te pide una opinión y nosotras como ya llevamos tiempo aquí les ofrecemos esa opinión para ellos, para ayudarlos también porque nosotros no podemos ser egoístas y decir: “sabes qué, de repente el negocio no le va a funcionar aquí” pero puede funcionar de repente otro negocio le puede funcionar aquí en la galería, ya sabemos nosotras qué tipo de negocio funciona aquí.

E: si yo fuera su mejor amiga, imagínese que yo soy su mejor amiga y le digo que quiero poner un puestito ¿Qué cositas usted me diría para convencerme que esté aquí, que ponga aquí mi puesto?

E5: bueno yo siempre he recomendado a mis amigas, siempre les he dicho, les animo a que se inicien como comerciantes independientes porque es bueno, porque es un negocio que tú lo manejas, que tú lo administras y que si tú le pones ganas vas a ir creciendo, de las ganas que le pongas tú para salir adelante, no ser conformista, nunca conformista con las cosas que se tienen, siempre pensar en grande, en ir creciendo, en ir avanzando poco a poco, entonces yo sí le diría que te animes a venir porque hay un ambiente bueno, un ambiente laboral bonito, que las personas que trabajan acá son buenas personas también, que siempre va a ocurrir por allí un percance pero se puede solucionar conversando, hablando con las personas, como siempre estar en constante comunicación con las personas que trabajan aquí, pero lo que sí que puede lograr salir adelante, trabajar, así como lo he hecho yo, que vea reflejado en mí el progreso de ella para más adelante, eso es lo que le podría yo recomendar.

E: ¿Cómo podría describir el trato de los dueños con ustedes los arrendatarios?

E5: muy bueno porque no me quejo, con las personas que trabajan aquí son buenos, son buenas personas, buenos seres humanos, para el trato que nos dan, nos brindan siempre, es bueno, nos tratamos con el respeto que nos merecemos, siempre con una comunicación constante para algún problema o inconveniente que nos ocurra, siempre están ahí comunicándose con nosotros y eso es lo que más puedo resaltar de ellos, por eso es que quizá yo me he animado a seguir aquí y progresando como siempre se lo he hecho saber al dueño, de querer avanzar, de querer salir adelante aquí en la galería, eso es lo que más puedo resaltar.

E: ¿Está conforme con el sistema de cobranza?

E5: Sí, sí me parece que el precio mensual de la cobranza que nos ofrecen me parece bueno, que nos da la facilidad, que nos apoyan, como te digo, cuando sucede algún percance y están allí para darnos la facilidad de repente de poder darnos la mano cuando lo necesitamos, no nos dejan solos y eso es lo bueno de ellos

E: ¿Usted cree que GPR tiene un trato considerado con sus arrendatarios? ¿Considera usted que se le trata con respeto y amabilidad?

E5: sí, eso sí siempre, sí eso sí no me puedo quejar, siempre con el señor que he tratado, muy respetuoso siempre para dirigirse con nosotros, para cuándo es el cobro, el pago mensual que se hace del alquiler, de la galería, eso sí no me quejo.

E: ¿Usted se siente segura en GPR? Hablo de seguridad que abarca todo, todo lo que involucra la seguridad para usted

E5: sí, por eso es que decidí quedarme aquí y no optar por otro lugar también, en realidad sí me siento acá tranquila, segura en todos los sentidos que se puede decir, sí, sí me siento tranquila.

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR? Ya me lo comentó un poquito anteriormente, me gustaría ver si se puede explayar un poquito más en el ambiente, quizás, laboral y también con los dueños, el ambiente que se vive allí.

E5: bueno sí me parece que sí es un ambiente tranquilo con las chicas que trabajamos, te digo que a veces pasa por allí por decirte algunas discrepancias porque en una galería todo puede suceder, somos seres humanos a veces cometemos errores, pero, lo bueno es rectificarlos y tratar de convivir como personas, como inquilinos, tratarnos bien, tratar de afianzar la amistad que de repente hemos logrado durante el tiempo que llevamos aquí, apoyarnos en la medida de lo que podemos, de repente si tú no tienes una cosa, pedírsela a la otra persona y siempre estar allí pendientes. Lo que es con los dueños ha crecido una confianza con ellos, de repente se puede lograr una amistad y ellos siempre nos han brindado un trato bueno, respetuoso, siempre nos han tratado de apoyar en lo que más han podido, no nos han dejado solos, y más cuando pasó lo de la pandemia, soy testigo de eso, porque he pasado inconvenientes personales también, el dueño también de cierta manera me ha apoyado con eso.

E: ¿Cómo describiría usted la manera de trabajar en GPR? De repente el trabajo de sus compañeras ¿Cómo lo ve usted?

E5: bueno, como te digo, cada día es un aprendizaje más, todos los días vamos aprendiendo a desenvolvernos mejor en lo que hacemos, en lo que es en la venta y ahora yo que he incursionado en lo que es el alquiler y también poco a poco voy aprendiendo en lo que es ese negocio, en lo que es el alquiler y también voy avanzando, y en la medida de lo que pueden también ellas me apoyan cuando yo les pregunto, de repente que me den orientación, que me oriente en los precios o cómo puedo hacer, siempre están allí ellas apoyándome, nunca me han negado, no me quejo, nunca me han negado.

E: ¿Hay un trabajo en equipo?

E5: hay un trabajo en equipo y bueno se ha logrado acá, ahí vamos.

E: ¿Qué le gustaría cambiar del ambiente que se vive?

E5: nada porque a mí me parece que el ambiente que llevamos aquí es un ambiente tranquilo, no hemos peleándonos todos los días, como te digo, puede haber por ahí una cosa que de repente pase, pero que pasa y todo normal, cosas que pasan, yo digo que en todo negocio pueden pasar, pero, no de ahí a llegar a una discusión, a algo grande ya es otra cosa, nunca se ha visto eso.

E: ¿Cómo describiría a los clientes que acuden a GPR? ¿Cómo son sus clientes?

E5: bueno acá te puedo decir que llega todo tipo de clientes, algunos risueños, otros un poco complicados, de repente otros renegones, otros que quieren que los atiendas rápido, otros que sí son pacientes ¡Uy! Hay de todo tipo y hay bastante

variedad, como se dice, y nosotras como vendedoras y como ofrecemos una atención al cliente debemos de tratar de ser pacientes pues y tratar lo mejor que podemos al cliente para que salga satisfecho de acá, contento y que pueda regresar y de buenas referencias de la galería y de la atención que le brindamos también, eso es lo mejor, eso nos hace reconocer, que el cliente vuelva a regresar a nosotros, a nuestro local para otro día, para la venta y en el alquiler que nosotros damos.

E: para que las recomienden

E5: exactamente, y nosotras mismas con nuestra atención que ofrecemos nos recomendamos porque allí ves cómo atiendes, ellos se dan cuenta, el cliente se da cuenta cómo tú lo atiendes, si realmente le tienes paciencia, de repente no lo aguantaste y ¡ay! Le pusiste la caraza (risas) y ya he ido aprendiendo bastante durante todos estos años, quizá antes no tenía mucha paciencia, pero ya con todo el tiempo que vivo acá, ya he logrado tratar de sobrellevar a todo tipo de clientes aquí.

E: siempre hay

(risas)

E5: sí

E: ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR? ¿Qué es eso que los llama?

E5: como te digo, la buena atención que le podemos dar también como vendedores, lo mejor que podemos hacerles sentir que están en su casa, con sus familiares, con el trato agradable, un ambiente bonito, lo que es la mercadería, ofrecerles lo mejor que podemos tener de alquiler, en la venta también, poder satisfacer la necesidad que ellos tienen como compradores, eso es lo mejor, de repente ellos pueden resaltar la galería.

E: ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR? Es decir ¿Qué cree usted que ellos piensan de GPR?

E5: yo creo que se llevan una buena impresión cuando vienen acá, se van satisfechos, satisfaciendo la necesidad que tuvieron de repente de comprar o una necesidad de repente de un evento que van a tener, lograron satisfacer la necesidad que tuvieron en su momento y se van contentos de que le ofrecimos una buena atención, fueron bien atendidos y pues cubrir la necesidad que tuvieron en ese momento para lograr un alquiler o de repente una compra de lo que necesitaron.

E: ¿Cree usted que GPR ya se ha hecho conocido o aún está todavía en ese proceso?

E5: que es conocido, sí, es conocido es más por el alquiler que se ofrece aquí para eventos y todo tipo de ocasiones, de eventos, de fiestas, en lo que es la venta también pero quizá allí en ese sentido poco, le falta de repente porque, como le digo, la gente más piensa que acá hay solamente puro alquiler y a veces se equivoca porque acá también tenemos venta y eso es lo que le tratamos de incentivar, de hacerle conocer al cliente que GPR no solamente ofrece alquileres sino también hay todo tipo de venta aquí, para que ya pueda venir más afluencia de público para otras necesidades lo que es en ventas, que también yo, por ejemplo, trabajo en lo que es en venta.

E: cuando piensa en GPR ¿Qué se le viene a la mente?

E5: GPR es el lugar, bueno, el establecimiento donde yo pude lograr como comerciante, ir avanzando, ir creciendo, gracias a estas galerías he crecido bastante acá, he avanzado, me siento contenta, me siento que voy realizando todos mis proyectos, mis metas que me he trazado también como persona, me ha ayudado bastante gracias a la galería que me ha ofrecido aquí realizar las metas y los anhelos que tenía también en salir adelante.

E: voy a realizar una pequeña dinámica, pequeñita nada más, la voy a invitar a que usted cierre los ojos. Imagine que GPR es un objeto y se materializa poco a poco en su mente ¿Qué es lo que ve? Yo le digo “Galería Plaza Real” y a usted algo se le viene a la mente, un objeto, una persona, algo se le viene a la mente

E5: GPR, para mí, son los seres humanos que trabajan aquí, el ambiente laboral que llevamos, me siento contenta de que he podido afianzar una amistad con estas personas con las que trabajamos, que es lo más importante, eso nos permite trabajar unidos, eso es lo que más resalta de las galerías, de acá de la GPR.

E: ¿usted tiene en la mente siempre la amistad que hay acá?

E5: claro

E: Y por último para ya concluir la entrevista, si la empresa no se llamara GPR ¿Qué nombre le pondría usted?

E5: ¡ay! Allí está complicado (risas)

E: no, de repente no me diga el nombre, pero sí de repente algún aspecto que tenga GPR para que usted diga: “ese puede ser lo que lleve al nombre”, por ejemplo, supongamos que tengo una amiga que le gusta comer mucho, le gusta mucho la comida, entonces yo por ahí, por esa característica le puedo sacar un nombre, entonces ¿Qué cosita puede tener GPR, algún aspecto, alguna característica, algo que a usted le gusta y que de repente por ahí pueda sacar un nombre?

E5: no sé en realidad, podría ser “Galerías, alquiler y venta” porque lo que más resalta acá de las chicas es que son bien risueñas pues.

E: y podría levantar por allí el nombre, ¿no?

E5: ah, sí, ellas son, siempre mantenemos una buena confianza.

E: Todas son mujeres acá, ¿no?

E5: no, no todas, hay también un señor que trabaja acá, bueno, ellas son mujeres y eso es también lo que nos ayuda también a tener un poco más de confianza. Los hombres son un poco más complicados a veces de llegar a fondo una amistad.

E: Entonces usted levantaría el nombre por la amistad, por lo que ustedes son graciosas, risueñas.

E5: claro, no apoyamos siempre, puede ser por ahí un nombre se podría lograr

E: bueno señora, muchísimas gracias por la entrevista, me va a servir de mucho esta información.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 6: Maria Isabel Zapata Carlos	Fecha de entrevista: 27 de agosto del 2021
Entrevistada (E6): ...en la galería, bueno ya pues soy antigua acá, tiempo. Entrevistadora (E): ¿Esta es tu principal fuente de ingreso? E6: no, a parte tengo otro trabajo E: claro E6: sé que acá a veces se vende y a veces no E: ¿Qué significa para usted GPR? ¿Cómo lo describiría? E6: bueno es donde podemos, bueno acá adquirimos puestos de ventas para poder nosotros poner el negocio que hemos deseado, que nos hemos propuesto y es un lugar donde podemos encontrar, bueno, aunque no hay variedad, acá más lo conocen como para alquiler, es una fuente de ingreso que nos permite venir acá a trabajar para algo ¿no? Y es una meta que cada quien se propone, yo de repente tengo un dinero y vengo acá a invertir para poder también generar ganancia. E: ¿Qué ha significado en su vida GPR? E6: un lugar donde me siento bien, bueno al menos a mí acá nunca me han tratado mal y es mi centro de trabajo. E: ¿Cuáles son las características resaltantes de GPR para usted? Esas características que para usted han significado en su vida ¿no? E6: bueno acá, el ambiente sí en infraestructura le falta mucho mejoramiento, pero sobre el trato, durante el tiempo que llevo acá, muy bien el trato que me han podido dar, bien. Bueno, encuentro también compañerismo entre nosotras, de las chicas que estamos acá y todo bien. E: ¿Está conforme? E6: sí E: ¿Cuáles considera que son las debilidades y fortalezas de GPR? Debilidades me refiero a aquellas faltas, aquellos defectos que todavía tiene GPR, no solo de infraestructura sino de otras cosas como le vengo diciendo que usted crea que se puede mejorar y en fortalezas me refiero a aquellos aspectos positivos que usted siempre va a destacar. E6: bueno, aquí es principalmente la infraestructura. E: ¿Una debilidad? E6: sí, una debilidad, la publicidad, le falta mucha publicidad, el arreglo también mejoramiento en todo lo que es piso, techos, la debilidad es que le falta mucho, o sea en publicidad; y las fortalezas es que, bueno, acá podemos encontrar un	

lugar, bueno acá lo conocen más como alquiler, para alquilar ropa, en eso les gana a todos por acá porque no hay un lugar conocido, dicen Plaza Real “vamos a alquilar para fiestas para eventos”.

E: en cuanto al funcionamiento general de la marca, me refiero a marca como a Galería Plaza Real ¿Qué valores destaca de la galería? En realidad, todo, o sea ¿Qué valores le transmite la empresa? Porque estamos hablando de una empresa entonces ¿Qué valores le transmite la empresa a usted que ha puesto en su vida? de repente viene de los dueños, cómo acá se manejan las cosas, entonces hay allí unos valores que usted puede destacar.

E6: sí, bueno acá la empatía que sí pues hay, a veces no siempre. El respeto, bueno a mí hasta ahorita no me ha faltado nadie el respeto, acá siempre las conversaciones han sido bien, tranquilo, y la responsabilidad bueno en lo que es la hora de abrir, vienes y sabes que a esa hora, a las 8 ya pues, ellos los respetan, tú puedes ingresar a esa hora; pero también a veces, por ejemplo, llovió y ahí sí que no y se malogran algunas cosas, no te reconocen pues plata, asumes tu responsabilidad, ahí sí pues no hay comprensión porque ya es cada uno ve eso, eso falta, pero de ahí en lo demás encuentro respeto, responsabilidad y bueno, el trato que hasta ahorita ha sido con respeto.

E: si pudiera mejorar algo de GPR ¿Qué sería?

E6: la infraestructura y la publicidad, a eso le falta mucho, porque para que se llame galería, las galerías son como se dice, pues están muy bien adecuadas, tanto en el piso como en el techo.

E: le gustaría que...

E6: sí, que mejoren

E: entiendo ¿Por qué le recomendaría GPR a otro empresario como usted?

E6: bueno si me pedirían la recomendación, yo le recomendaría que acá puede invertir, pero en lo que es para alquiler porque eso es lo que más sale y pues eso sería mi... sí lo recomendaría, pero como para ropa, que pongan un negocio que sea de alquiler porque más en ventas no hay mucho.

E: Es el rubro que se mueve acá, ¿no?

E6: sí, es el rubro que se mueve acá es en alquiler de ropa.

E: claro ¿Por qué decidió apostar por GPR? ¿Por qué GPR y no otra galería?

E6: porque yo sé que primero cuando empecé no iba tan bien, no había mucha entrada, pero yo decidí quedarme porque sabía que en algún momento sí iba a poder generar más ingresos por lo que ya se ha hecho más conocido, ¿no? Entonces por eso es que yo aposté a quedarme porque sabía que iba a mejorar en las ventas, pero también cambié de rubro porque primero me dedicaba a lo que era venta, pero cambié a alquiler porque en eso vi que era más se movía y en otros lugares no porque casi venta de ropa hay mucho acá y casi una galería de alquiler de ropa casi no y por eso decidí quedarme acá, más por mi negocio, a lo que yo me dedico ahora.

E: ¿Usted está conforme con el servicio que le brinda GPR? ¿En qué sentido está conforme y en qué sentido de repente usted no está conforme? Si no está conforme, normal dígamelo porque de aquí nada sale.

E6: bueno en el servicio, en el trato, pero de ahí en lo que no estoy conforme es en que te cortan el agua muy temprano, en los servicios higiénicos que a veces no están para todo el día, solamente un rato, y en lo que es mejoramiento pues, para eso siempre porque eso falta mucho acá, en eso no estoy conforme.

E: ¿Y en lo que está conforme?

E6: en el trato, bueno hasta ahora, como le digo, he encontrado buen trato acá... solamente en eso porque como le digo más que todo venimos, abrimos el puesto, nos dedicamos ahí a estar y vender y nada más pues, de ahí cuando hay comunicación para reclamar algo siempre es con el dueño, pero por parte de él yo recibo, hasta ahora, buen trato, nunca me ha tratado mal, pero sí en lo que no estoy conforme es en los de los servicios más que todo.

E: En sus años junto a la marca ¿Cuál o cuáles son los aspectos que más valora de GPR? ¿Qué cosas son las que más aprecia de GPR que de repente las ha aprendido acá?

E6: en lo que es entre compañeras, a respetarnos entre nosotras y también a poder tomar algunas decisiones, por ejemplo, si no te gustó algo tú decides si lo sigues o no y bueno eso es lo que puedo rescatar.

E: ¿O sea el compañerismo más o menos así?

E6: el compañerismo y el respeto también por cada una de nosotras que eso casi no existía, a veces había muchos problemas entre nosotras, pero acá nos hicieron entender que eso no está bien porque si te llevas mal con tus compañeras no va a haber ese acuerdo pues, también a respetar opiniones de los demás.

E: ¿Considera que las instalaciones son adecuadas? Bueno ya me dijo que no le parece que sean adecuadas, pero en cuanto a la limpieza ¿Tiene algo que acotar en la limpieza?

E6: sí y también le falta limpieza.

E: ¿Qué es lo que podría mejorar de eso?

E6: que se haga la limpieza del piso, de los techos porque mucho polvo entra para la ropa, se nos empolva demasiado porque hay muchos agujeros y también del baño de los servicios higiénicos, más limpieza, ¿no? Si fuera que haya un baño para damas y aparte un baño para varones porque ...

E: ¡ah! ¿Es un solo baño y lo comparten todos?

E6: y lo comparten todos y a veces eso no, los varones son un poquito más, eso sí, me gustaría que haya un baño aparte, baño de mujeres y baño de hombres.

E: ¡Claro! Entiendo, usted me dice que lleva aproximadamente ...

E6: 10 años

E: ¿10 años de experiencia aquí?

E6: sí

E: ¿Qué es lo que le ofrece la marca? ¿Qué es lo que le ofrece GPR que ha permitido que usted siga acá?

E6: uhmm, bueno, nos hemos acostumbrado a lo que es este rubro, que ya tengo tiempo ya, y bueno lo encuentro acá que es mejor, no he probado en otras galerías, siempre he estado acá, no sé cómo será en otras galerías, la verdad, pero y eso ... y en la publicidad sí ha mejorado un poco pero no lo continúan ¿no? Hasta ahí nomás se quedan.

E: ¿Qué ha cambiado? cuando usted entró hasta ahora ¿Qué es lo que ha cambiado? ¿Qué es lo que usted dice: “me gusta que haya cambiado”? o ¿Qué es lo que no ha cambiado y quiere que de repente lo cambien?

E6: bueno desde que ingresé no ha subido mucho el monto del pago, se mantiene allí, pero, aunque no se consideró mucho para pandemia, no se consideró mucho, pero al menos esa galería es la que da menos el alquiler también por lo que está muy ambientado, pero eso es lo que me gusta porque no han subido demasiado.

E: se mantiene allí...

E6: sí, se mantiene

E: ¿Por eso es que usted se ha decidido quedar?

E6: sí porque es el lugar donde se encuentra a menos el costo del stand.

E: imagínese que su mejor amiga le dice que quiere poner un puesto ¿Por qué le recomendaría GPR?

E6: porque ya se hizo conocida, en primer lugar, pero también le recomendaría ¿Qué es lo que va a poner? O sea, se lo recomendaría, pero diciéndole qué es lo que puede poner y si me va a decir, por ejemplo: “mira, tengo esta idea ¿Tú crees que vaya allí?” yo diría que no porque acá lo que más se mueve es el alquiler y le diría que alquile, es para eso. Sí se lo recomendaría, pero para que ponga lo mismo que yo.

E: ¡Claro! Siempre dándole esa acotación ¿no? Pon algo diferente, algo que vaya acá con el rubro

E6: porque hay muchas personas que vienen contentas ¿no? “voy a poner esto” pero después de un mes se dan con la sorpresa que no, se van decepcionados, que no entra eso, no va, bueno es mi mejor amiga, le diría que ponga alquiler porque eso sí le va a ir muy bien, pero otra cosa no, por eso sí se lo recomendaría.

E6: si me dice que la publicidad ha sido un poco deficiente porque no ha habido mucha publicidad ¿Por qué cree que se ha hecho conocida GPR?

E6: por nosotras también porque yo tengo amigos, les recomiendo, les digo, les hablo: “vayan a Plaza Real, allí encontrarán este producto”, por nosotras mismas también ...

E: ¡Claro! Ustedes han sido...

E6: tenemos ya nuestros clientes que les decimos que vengan acá a Plaza Real porque a veces dicen: “no conozco, dónde queda” ya les damos la dirección, todo, y lo movemos también, eso ha sido más por los inquilinos.

E: Entonces ¿Usted sí recomendaría este lugar para alquilar?

E6: sí, sí lo recomendaría

E: ¿Cómo podría describir el trato de los dueños con ustedes los arrendatarios?

E6: bueno, como le digo, si ha habido un poco de... momentos que también llegaba un momento que a ellos se les acababa también la paciencia, también nosotros a veces hacíamos algo para que ellos pierdan eso por falta de comunicación, pero, de ahí el trato, hasta ahora, como le digo, bien, nunca me han faltado el respeto, nunca me han tratado mal, siempre ha sido bien porque siempre ha habido esa comunicación, también cuando faltaba eso allí había un poco de contradicciones.

E: ¿Está conforme usted con el sistema de cobranza?

E7: bueno por cómo está también la infraestructura y todo eso, sí, pero, tendría que también el arrendatario preguntar, o sea algunos arreglos, algunos mejoramientos, tampoco puedo decir que estoy pagando demasiado cuando el pago, bueno, hasta ahora... pero, sí, falta algunos servicios que nosotros queremos, de repente queremos poner una vitrina allí y ya no nos permiten porque hasta ahí nomás nos dicen, pero, también nosotros reconocemos que nosotros no estamos pagando una cantidad demasiado alta, hasta ahora sí.

E: basándome en lo que me está diciendo ahorita ¿Usted cree que hay una equivalencia entre el precio que ustedes pagan y el servicio que se les da? O sea, hay allí ...

E6: uhmm, bueno no tanto porque si bien es cierto hay varios stand, aquí todos pagamos y también necesitamos, a veces pedimos algún mejoramiento, pero, no lo hacen porque antes ya, pagábamos menos y nos aumentaron porque dijeron: “vamos a mejorar esto” y por eso nosotros hasta allí estábamos un poco más contentos, pero no se hizo, estábamos un poco disconformes primero, pero, a veces entendemos también y decimos: “bueno, esta es la galería que está cobrando menos” bueno en el mercado sí cobran menos porque se compra el puesto y se cobra menos, pero, acá en eso hasta ahora sí, a veces exigimos que mejoren algunas cosas.

E: ¿Usted cree que GPR tiene un trato considerado con ustedes los arrendatarios? ¿Considera que se le trata con respeto, con amabilidad?

E6: bueno, por mi parte, sí; pero, sí para esto de la pandemia no nos reconocieron mucho, de repente: “pasó tantos meses, no te vamos a cobrar”, pero, también entiendo a la otra parte también lo mismo está pasando, de repente; pero, bueno, el trato no me ha tratado mal durante ese tiempo y sí hablé con el dueño sobre lo que yo estaba pasando y sí me entendió, sí me comprendió, me bajó un poco, pero, bueno, el trato, bien.

E: En ese sentido le han dado algunas facilidades...

E6: sí, algunas facilidades, por eso no puedo decir que no porque el trato bien conmigo, no se me ha faltado el respeto, no me han tratado mal.

E: ¿Usted se siente seguro aquí en GPR? Hablo de seguridad en todos sus aspectos

E6: seguro, no, porque, como le digo, la infraestructura, por ejemplo, un temblor que pasa, veo que no hay seguridad y si se te perdió algo, nadie te reconoce acá, entonces por eso lado tampoco tengo esa seguridad, mejor tengo que prevenir en algunas cosas porque no por parte de los dueños, sino que a veces tú dejas tus cosas allí y de repente viene un cliente o alguien de afuera y se te perdió, tú misma tomas tu responsabilidad pues ¿no? Por esa parte no hay seguridad, también no hay un vigilante, estamos expuestos a algún peligro, por ejemplo, que por allí pase una persona de mal vivir y normal porque no hay nadie acá, no hay esa seguridad.

E: o sea ¿Le gustaría que tuvieran a alguien allí?

E6: sí

E: ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en GPR?

E6: hasta ahora bien... Estoy contenta, bueno al menos yo con mis compañeras me llevo bien, aunque a veces por ahí hay sus altos y bajos, pero, por lo mismo que a la hora de las ventas hay algún conflicto, pero, de ahí en el resto no tengo problemas, todo bien.

E: ¿Cómo definiría usted la manera de trabajar en GPR? ¿Cómo define usted su manera de trabajar y la manera de trabajar tanto de sus compañeras como de los dueños?

E6: bueno mi trabajo, bien porque yo no trato de opacar a los demás, pero, mis compañeras a veces sí, no respetan ese tiempo, tú estás con tu cliente y a veces como que se lo jalan pues, no te dejan terminar a veces y digo: “un ratito que estoy terminando yo, si no le gusta nada acá ya se va para allá” pero, a veces como que se la jalan y pasa a veces conflicto, pero no es siempre. De parte de los dueños, un poco sí, a veces queremos quedarnos un poco más tarde y ellos a tal hora ya cierran el portón y ya nosotras nos quedamos dentro y como que eso no, eso es a veces.

E: ¿Qué le gustaría cambiar del ambiente que se vive en GPR?

E6: en lo que es todo, ¿no?

E: ¡Claro!

E6: bueno, como le digo, la publicidad, que haya algún, no sé, como en otras galerías que ponen alguna música...

E: para llamar a la gente

E6: para llamar a la gente y en lo que es el ambiente, pues que se mejore la limpieza, le falta bastante, el mejoramiento en cada stand y bueno con mis compañeras nos llevamos tranquilas.

E: ¿En el ambiente laboral todo bien?

E6: sí, a veces, como le digo, pasan esos conflictos, pero no siempre. Por mi parte, yo con ellas, pero sí nos falta socializar porque de repente para el aniversario de las galerías no nos ponemos de acuerdo, no todas opinan, no nos juntamos, a veces eso falta.

E: un poco más de comunicación...

E6: ajá, comunicación, sí, eso. A veces unas están de acuerdo, otras no y ya no hacemos nada porque no todas están de acuerdo.

E: ¿Cómo describiría usted a los clientes que acuden a GPR?

E6: bueno algunos que sí son agradecidos, hay otros que son malcriados, pero de ahí, mayormente, bien. Los clientes que me han tocado siempre han sido respetuosos ... pero hay clientes que entran y de frente hablan y te dicen: “no encuentro nada, no hay nada, solamente puro alquiler” ya son así, tú le das un precio y te dicen: “no, pero muy caro” y le digo: “pero señora acá es más barato, vaya a preguntar a Piura” uno les explica, pero, ellos son así, lanzan las palabras un poco así directo, de ahí no ha habido problemas con los clientes.

E: ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR?

E6: más vienen para su evento, que van a tener alguna fiesta, vienen a alquilar sus trajes, ropa, a comprar también hay venta, vienen a buscar lo que necesitan para ellos, para ese evento que van a tener porque acá vienen las quinceañeras, las novias a llevar la ropa que necesitan para ese día.

E: ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR? Es decir ¿Qué cree usted que los clientes piensan de GPR?

E6: por lo que a veces he escuchado, como le digo, el mejoramiento porque a veces dicen: “no, ese parece un mercado” entonces es un mercado, no lo ven como galería, a veces no quieren entrar porque dicen: “no, no voy a encontrar allí nada”, en el mercado no hay nada, solamente alquiler nomás por lo que no ven el ambiente adecuado como galería, como se llama pues y dicen que es un mercado y a veces algunos no lo conocen aún, no conocen muchos, pero, ahora a lo que era antes, ha mejorado.

E: cuando piensa en GPR ¿Qué se le viene a la mente?

E6: un lugar donde vas a encontrar de todo, es lo que piensan en galería, no, pero también galería más se le llama a lo que es ropa, de todo, ya sea ropa en venta para niños, adultos y eso. Es una galería donde voy a encontrar todo.

E: Y usted como emprendedora, como arrendataria ¿Qué es lo que se le viene a la cabeza cuando piensa en GPR? Como emprendedor

E6: mi centro de trabajo, a donde voy a vender para poder obtener algunas ganancias para mí. Un lugar donde me siento bien porque me dedico a lo que me gusta pues.

E: voy a hacer una pequeña dinámica con usted, pequeñita nada más, le voy a invitar a que cierre los ojos en este momento: imagine que GPR es un objeto y se materializa poco a poco en su mente.

E6: ¿Cierro mis ojos?

E: sí, yo le digo: “Galería Plaza Real” y usted me va a decir lo primero que se le ocurra en la cabeza, así sea un disparate, me importa (risas) ¿Qué es lo que ve? ¿Qué es lo que piensa? Si yo le digo: “Galería Plaza Real”

E6: un lugar para poder hacer compras

E: ¿No lo ve como un objeto, una persona o algo?

E6: un objeto, un lugar para comprar lo que necesito.

E: ya puede abrir los ojos. Si la empresa no se llamara GPR ¿Qué nombre le pondría usted?

E6: Galería Real sería, plaza ya no ¿Por qué Galería Plaza Real? Si lo llaman acá como galería, galería real yo le diría.

E: ¿Qué aspecto esencial de GPR cree usted que serviría para ponerlo como nombre? O sea, para coger de allí y ponerlo como nombre

E6: el mejoramiento de todo el ambiente, o sea, hacerlo bonito para que su nombre encaje, debería ir con el mejoramiento del ambiente.

E: bueno señora, muchas gracias, ha sido un placer conocerla.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistado 7: Olivia del Milagro Yarleque Ramos	Fecha de entrevista: 26 de agosto del 2021
Entrevistadora (E): A ver, vamos a empezar la entrevista. Me gustaría conocerla a usted, saber cuál es su nombre. ¿Cuántos años de experiencia tiene? Datos personales básicamente. Entrevistada (E7): Yo me llamo Olivia del milagro Yarlequé Ramos, tengo 36 años, acá en la galería llevo casi como 7 años. 7 años y más, creo. Y tengo el rubro de lo que es negocio, venta en ropa, en alquiler. Todo ya es mi negocio, como le digo, tengo ya 6 años, algo de 6 a 7 años ya acá, en este rubro, ¿no? E: ¿Y este trabajo es, digamos, su trabajo principal? E7: Sí, sí, digamos es algo que...Me gusta lo que es el negocio. Sigo aquí, pues en esta galería porque no encuentro otra galería para tener mi negocio, por eso estoy aquí también, sigo avanzando con mis cosas. Invierto en una cosa más y así avanzó. E: Claro, entiendo. ¿Qué significa para usted galerías plaza real? E7: Para mí significa. Claro, ¿una oportunidad, no? Para mí es una oportunidad que llegó, bueno, cuando yo tenía mis 2 hijos, ¿no? Estaban en pleno escolar. Ahora ya mi hija ya terminó secundaria, ya está en su carrera, y gracias a la galería, sí, he tenido bastantes oportunidades, conocer a nueva gente, nuevas personas también, que me cedieron la mano, nuevas oportunidades que me cedieron. E: Entonces para usted Galería Plaza Real sería una oportunidad... E7: Sí, una oportunidad. E: ¿Cuáles son las características resaltantes de galerías plaza real para usted? O sea ¿Qué idea tiene usted de Galería plaza Real? ¿Cómo la describiría? E7: bueno, yo describiría la galería, no lujosa, pero, económica, accesible para el bolsillo de cualquier persona que venga y que de repente está empezando. Bueno, como ya tengo años, pero, para gente nueva. Y claro, no brinda ambientes muy adecuados, pero también está... Nos sentimos cómodas con los pequeños estanes que tenemos. Ya tengo 8 años, pero sí, yo he tenido bastantes oportunidades en ventas, en alquiler más que mi rubro es alquiler de vestidos y ternos.	

E: Claro, entiendo ¿cuáles considera que son las debilidades y fortalezas de Galería Plaza Real? Debilidades, me refiero a esos defectos, faltas que tiene la galería en sí y en fortalezas me refiero a esas cosas buenas, esas cosas que usted rescata de aquí.

E7: Bueno, lo que rescato acá, es que a pesar de todas las cosas que han pasado por la pandemia siempre siguen abiertas las puertas para nosotros para volver a empezar a trabajar y algunas cositas que sí fallan, porque a veces no nos ponemos de acuerdo entre el inquilino y la persona que alquila nuestros puestos porque a veces queremos nuestra comodidad, pero, no se puede por circunstancias, no sabría decirle.

E: ¿Y en debilidades? ¿Cuáles son esas cositas que usted dice: “¿se pueden arreglar?”

E7: Claro, de repente se puede... la infraestructura un poquito, más moderada de repente. Claro, la persona que alquila su puesto de repente lo puede arreglar más adelante.

E: Usted dice que se podría mejorar la infraestructura

E7: Un poco, claro depende del que nos alquila los puestos, más adelante.

E: claro, en cuanto al funcionamiento general de la marca, veamos a la marca como Galería Plaza Real ¿Qué valores destaca de Galerías Plaza Real? ¿Cuáles son esos valores que tiene como empresa la Galería Plaza Real que a usted le transmite en su día a día?

E7: Nos transmite, bueno que estamos en confianza, que estamos seguros porque cada vez que hacemos un contrato, en su contrato nos brinda muchas cosas ... no sé

E: No, normal, no se preocupe que esto nadie lo va a saber, solo yo. Si pudiera mejorar algo de la galería plaza real ¿Qué sería? Usted me dice la infraestructura, ¿no? ¿Qué otra cosa podría mejorar?

E7: los baños, que tenga la persona adecuada para hacer la limpieza, a veces han cerrado los baños por motivos que otras personas lo ensucian y en sí pagan todos, pues los platos rotos por otras personas, y a veces yo digo que es una necesidad del ser humano de estar yendo al baño, haciendo sus necesidades por naturaleza y a veces nos dan un horario limitado y es por eso que a veces surgen de repente unos inconvenientes, A veces, cuando no hay agua, sí, bueno pero en eso del agua a veces si no hay agua, cuando no hay agua no hay agua, no podemos exigir tampoco que nos traigan agua porque en sí, a veces, en todo catacaos se va el agua. Será por la pandemia que también llegó y los baños se cerraron, bueno no se cerraron, ponen un candado, ya cada uno coge la llave por medidas de seguridad para que otras personas de afuera no ingresen porque en sí lo dejaban totalmente sucio el baño

E: ¿Recomendaría plaza real a otro empresario como usted?

E7: sí, La economía, porque cualquier persona no te brinda tampoco los servicios básicos también así. El costo del alquiler que es barato, bueno para mí es barato, todavía. Sí, sí lo recomiendo que vengan, que se llene más que todo para que tenga fluido de gente, que ingrese con otro rubro para que la gente ingrese, para que tenga más inquilinos, porque ¿Cómo te puedo decir? está un poco vacío y no siempre ha estado así

E: y también más variedad en el rubro ¿no?

E7: Claro, que la gente ingrese y vea variedad.

E: ¿Por qué decidió apostar por galería plaza real? ¿Por qué esta galería y por qué no otra galería?

E7: porque es económica pues, como le sigo diciendo, es económica y bueno, cuando yo vine acá a la galería me sentía en familia con todas las personas, la mayoría son de acá de catacaos, son gente que trabaja que son de acá de catacaos y me siento bien.

E: y eso más que todo... ¿Usted está conforme con el servicio que la galería Plaza Real le brinda?

E7: Conforme, uhmm bueno.

E: si no está conforme, normal, dígamelo.

E7: por el monto, bueno, tal vez sí, pero si es que ya una modernidad de repente sí.

E: ¿Usted cree que hay una equivalencia entre el costo y el servicio que le ofrecen?

E7: Bueno, no sé si sería el costo o lo equivalente porque si tú brindas comodidad vale algo más, pero no sé, en eso sí no sé diferenciar, si te dan algo mejor, va a costar algo más Pero como estamos nosotros así en la galería con esta infraestructura, de repente, cuesta por eso, pero, yo ahora lo veo económico.

E: ¿O sea, usted está conforme con eso?

E7: sí

E: En sus años junto a la marca ¿Cuál o cuáles son los aspectos que más valora de galerías plaza real?

E7: ¿Aspectos?

E: aspectos, no sé, limpieza, seguridad, cosas así ¿Me dejo entender?

E7: Claro, la limpieza siempre la he encontrado limpio. ¿Seguridad? bueno, claro, hasta el día de hoy no se me ha perdido nada en mi galería, siempre ha estado cerrada, nos vamos y cierran todo, nunca se me ha perdido nada durante el tiempo que... tiene seguridad y tiene este...

E: ya, entiendo...¿Considera que las instalaciones son adecuadas?

E7: Bueno, con lo que está pasando el día de hoy, con todo lo que ha pasado, los temblores, bueno, está un poquito inseguro porque tú sabes que estamos viviendo en un momento... de los temblores que en cualquier momento nos va a pasar uno y puede colapsar cualquier cosa que se ... casas, edificios, imagínate, por eso

E: en ese aspecto entonces usted no se sentiría segura

E7: claro, porque no solamente los edificios que están más edificados, imagínate se caen y ahora una galería que ya lleva 8 años que no se le hace otra infraestructura muy adecuada y ya pues, de repente, no sé pues porque uno saliendo a la calle, la última vez que hubo el temblor todo se movía

E: sí, todo se movía, fue muy feo

E7: fue feisísimo

E: ¿Usted tiene 6 o 7 años de experiencia aquí, verdad?

E7: sí, 7 años

E: ¿Qué es lo que le ofrece la marca para que usted haya permanecido acá?

E7: La marca me ofrece los pagos accesibles porque acá más la galería se considera que es de alquiler y venta. Vestidos y es por eso que mi rubro toda la vida desde que yo empecé es alquiler Por eso es que no me puedo ir a otro lado porque ya es conocido esta galería por esto y si es que yo me iría a otro sitio, no podría, porque es volver a empezar para poner a otros clientes, gente que ya lo conoce en ese rubro

E: ¿Entonces, usted cree que galería plaza Real ya se ha hecho conocida?

E7: Sí, se ha hecho conocida, sí pues, por las fiestas, el alquiler y todo y dicen: “vamos a la real...” entonces yo ya tengo mis clientes en la galería, si me voy a otro sitio no, no, no considero otro lado.

E: ¿Usted tiene alguna mejor amiga?

E7: Mejor amiga.¿Bueno, a qué le llamas mejor amiga?

E: Mejor amiga, pues ¿no? Con la que comparte más, con la que conversa más, en la que se apoya más.

E7: Sí, algunas cosas se cuentan, Leslie.

E: ¿Qué pasaría si esa mejor amiga le dice: “¿Sabes qué? Quiero poner un negocio? ¿Qué lugar me recomendarías y por qué?

E7: Ah! Si mi amiga quiere poner un negocio...

E: Claro, como arrendataria de acá, de GPR...

E7: lo que pasa es que la mejor amiga está aquí también (risas).

E: aah! bueno, un familiar

E7: Claro, sí, yo le recomiendo acá, pero siempre y cuando ingrese con el rubro porque a veces en ventas es un poco bajo, pero, igual yo les recomiendo, pero, no hay ... buscan esto porque no se ponen en esto de acá porque cuando vienen, entran, dicen: “busco esto” dicen “no, no hay, nadie tiene” por eso yo le recomendaría que sí pusieran otro rubro, lo que es ropa de bebé, ropa de esto, lo de acá...

E: variedad...

E7: variedad para surtir, eso les recomendaría

E: claro, a ver ¿Cómo trato de los dueños con los arrendatarios?

E7: bueno, bien, sí ¿Para qué?

E: ¿Qué característica puede destacar de ellos?

E7: La señora Marleny, buena persona, bien tratable, la confianza te brinda como persona, aconseja, todo ...

E: ¿Usted está conforme con el sistema de cobranza?

E7: ¿Sistema de cobranza? claro, porque se paga al mes

E: Se paga al mes.

E7: claro

E: ¿Y hay un trato directo con el dueño, no?

E7: sí, a veces, sí, porque después que ya le pagamos nos baja el recibo, el recibo de pago que le hacemos al dueño

E: O, sea ¿En eso hay seguridad? Con sus boletas de pago y todo

E7: ah! sí

E: ¿Usted cree que GPR tiene un trato considerado con sus arrendatarios? ¿Considera que a usted o a sus compañeras se les trata con amabilidad, respeto?

E7: ah, sí porque yo varias veces he conversado también con Ronald, a pesar que a veces es poco el monto que pagamos acá y los alquileres son bajos: “sí, espérame”, “ya, sí, señora la espero”, ya espera, mientras conversamos, sí.

E: Claro, o sea, de algún modo les da facilidades.

E7: sí, algo así pero sí

E: ¿Usted se siente segura en GPV?

E7: sí, en el sentido, sí

E: o sea hablo de seguridad.

E7: ¿A qué seguridad?

E: De seguridad, hablo en general. Hace poco usted me dijo de la seguridad de los mismos, o sea, también involucra eso, también involucra seguridad financiera o cosas así

E7: Seguridad, claro, un poco de inseguridad en la infraestructura, pero, por el techo de calamina o será porque es de fierro o...

E: claro

E7: pero ni en la casa estamos seguros, imagínate, de estas cosas.

E: claro, entiendo ¿Qué opinión tiene del ambiente que se vive en galería plaza real? a ambiente me refiero al trato que hay entre sus compañeras, también con los dueños, eso, todo forma un ambiente, un ambiente de trabajo ¿Qué opinión tiene sobre ese ambiente?

E7: en ambiente en general...

E: claro

E7: bueno, las chicas sí, son unidas, de repente por circunstancias no pueden hacerlo, pero igual nos mantenemos conversando, de repente por ahí roces, pero, normal, bueno, como cualquiera a veces, pero, sí, normal, bueno yo me llevo con todas, con todas las chicas, señoras, siempre tratando con respeto a todas las personas

E: entonces todas aquí se tratan con respeto

E7: sí

E: ¿Cómo definiría usted la manera de trabajar en galería plaza real? le parece buena, no sé, la manera de trabajar de sus compañeras, la forma de trabajar de los dueños, en general ¿Le parece bien la forma de trabajar aquí?

E7: ¿La forma en qué sentido? en que tú estás en tu puesto y cómo estás trabajando

E: sí, o sea, involucra todo la forma de trabajar, desde la limpieza hasta todo

E7: bueno, la limpieza, sí, hay limpieza porque cada vez que yo entro está todo limpio, ya cada uno se encarga de su puesto, por eso hay un tacho de basura, todos los que van, comen, al tacho de basura, ya cada uno hace su negocio a parte, pero, ya pues

E: ¿Qué le gustaría cambiar del ambiente?

E7: ¿Qué me gustaría cambiar? que se un poco más... como a veces se ve todo silencio, que sea un poco más, no sé, algo que sea más llamativo para que a la gente también le de ánimo de entrar, que sea algo, no sé, algo que tú estés con más pilas, porque a veces está muerto y no pasa nada y todos se aburren, dicen: “ya me voy” y la otra: “ya me voy, no pasa nada” y se van todas y a las finales se cerró temprano la galería. Y hay días que vienen unas y hay días que no viene nadie, y si vienen unas, vienen dos y ya, se fueron. Viendo una, mira, “no hay nadie”, “ah, ya me voy”

E: ¿Y al final no se abre?

E7: sí se abre, pero con unas dos o tres y las demás ya, no vino la de acá, no vino la de acá ... y es por eso que a veces no hay afluencia de gente, por eso es que a veces no ingresan a comprar o porque ya ingresaron la primera vez y dijeron: “no hay porque es puro alquiler” “no venden ropa porque es puro alquiler” por eso es que yo les recomiendo que vendan otra cosa

E: ¿Cómo describiría usted a los clientes que acuden a GPR? ¿Cómo son sus clientes?

E7: ¿Mis clientes? ¿En qué manera? ¿Qué aspecto?

E: desde la manera en que la tratan a usted, todo, en su manera de elegir las cosas ¿Cómo los describiría?

E7: A veces quieren algo bueno, pero, barato...

E: ohhh

E7: sí, quieren algo bueno, como es alquiler: “no, si es para un día, pero, ¿Cómo vas a cobrar tanto?” y yo le explico: “pero en la vida te van a comprar algo así o que te lo alquilen, ya, bueno, tal vez es de un día para otro, pero, no pues así, ese es nuestro trabajo” y por eso, pues

E: o sea tiene esos clientes que...

E7: sí, son exquisitos: “no, que allá me dan barato y tú estás que me chancas acá...” “ah, no, le digo, pero, es que tú tienes que ver...” “no, si son iguales”, “ah, bueno, señor, usted eligirá, usted verá a dónde ir, no sé” y a las finales hay unos que sí regresan y hay otros que se van porque les dan más económico”

E: claro ¿Por qué cree que los clientes vienen a GPR?

E7: vienen porque quieren irse a una fiesta y vienen por sus vestidos, por sus ternos, mayormente ya es conocida esa galería por sus vestidos y por sus ternos, mayormente toda la galería es rubro vestidos, ternos, vestidos de quinceañera, vestidos de fiesta, zapatos, camisas, corbatas

E: ¿Y en otra zona del mercado no hay alguien así que alquile?

E7: no

E: ¿Ustedes son los únicos?

E7: son los únicos por eso es que si yo me iría a otra galería, no sería porque la gente ya está ahí metida, ya tiene la noción de que en galería: “uy vamos allá, allá hay vestidos, allá hay zapatos” con 20 o 30 soles ya sales bien arreglada, bien lucido tu vestido

E: ¿Qué percepción cree que los clientes tienen de GPR? es decir ¿Qué es lo que usted cree que sus clientes piensan de GPR?

E7: bueno, hay unos clientes, bueno, clientes, personas que entran que yo he escuchado: “ay, aquí no hay nada de ventas, es puro vestido, no, no, vamos, ¿Dónde queda el mercado?” y yo le digo: “señora, allí nomás, sale...”, “ah, estoy buscando esto, aquí es pura fiesta” y se salen, yo digo, ay, así nomás me los quedo mirando y van buscando lo que ellos quieren pero no lo encuentran porque solo ven vestidos, ternos, vestidos de niña nada más y esa es la percepción que se llevan otras personas, por ejemplo turistas que ingresan allí: “busco un pantalón”, “¿Tiene?, no, ¿Tiene?, no”, “no, no, no, nadie tiene” y es por eso “ay, esta es pura fiesta, estos son vestidos de fiestas”, salen. Y la persona que ya conoce, ya de frente entra y busca, entra a una tienda, ya entra a buscar lo que ella quiere, sabe con qué noción viene a la galería

E: ¿Usted cree que GPR, cómo cree que se ha hecho conocido? o sea, a pesar del rubro que tiene ¿Cómo cree usted que GPR, no sé, digamos, ha hecho su publicidad? ¿Cómo cree que la gente la ha conocido?

E7: bueno, la gente, bueno, siempre nosotros hemos a veces hecho algo para que la gente, llamar la atención de nosotros porque a veces algunas personas, rara vez, no conocen: “¿Dónde queda eso?”, “ que sí he visto que sí alquilan” “sí, allá” se quedan así sorprendidas y yo les digo: “sí”, “primera vez que...” algunas

E: Pero el tema de publicidad ¿Nació por iniciativa propia de ustedes?

E7: algunas veces, sí, y algunas veces, del dueño

E: cuando piensa en GPR ¿Qué se le viene a la mente?

E7: cuando pienso en la GPR, cuando estoy en mi casa pensando en la galería digo: “voy a ver alquiler, voy a alquilar, un vestido, un terno”

E: ¿Y usted como arrendataria que es lo que piensa? yo le digo: “GPR” y ¿Usted qué piensa? como arrendataria

E7: uhmm

E: lo primero que se le venga a la cabeza

E7: voy a la real a alquilar mis vestidos, voy a la galería pues

E: claro, a ver, vamos a hacer una pequeña dinámica, pequeñita nada más, le voy a invitar a que usted cierre los ojos, imagine que GPR es un objeto

E7: un objeto

E: un objeto, lo primero que se le venga a la mente de ese objeto

E7: uhmm

E: Cualquier cosa que usted diga, así sea ...

E7: un dado

E: un dado

E7: da vuelta por acá (risas)

E: ¿Por qué un dado?

E7: no sé, se me vino a la cabeza

E: un dado

E7: sí, un dado

E: si la empresa no se llamara GPR ¿Qué nombre usted le pondría?

E7: galería...

E: bueno y si no se le ocurre nada ¿Qué característica, o sea, qué cosa esencial tiene GPR que usted podría cogerlo y decir: “ese podría ser un buen nombre” o podríamos cogernos de eso para poner un buen nombre”

E7: “Galería, los precios económicos accesible para todos” (risas) aunque algunos ya se pasan, que se les den muy barato, algo así para llamar al cliente

E: accesibilidad

E7: “Galería al alcance del bolsillo” (risas)

E: o sea, usted lo llamaría por el precio

E7: por el precio

E: por lo barato

E7: “Galería El Dorado”, porque hay vestidos bonitos. “Galería, mi estilo”, que es alguien lucido con su vestido, con su traje... “Mi estilo”, algo de elegancia, algo así, “Galería, tu elegancia, tu fiesta”. no sé qué cosa o tú... no sé

E: ¿Qué característica de GPR usted cree que llamaría la atención?

E7: ¿Qué características?

E: ajá, qué características, alguna que se le venga a la cabeza, por ejemplo, yo, personalmente, tengo una amiga que le gusta comer mucho, es muy gordita y le gusta comer mucho, yo creo que su característica principal es la comida, entonces por

ahí creo que podría llamar la atención. Ahora, acá en GPR ¿Qué característica cree usted, que por esa característica lo pueden conocer todos?

E7: por el alquiler, porque alquilan los vestidos, por esa característica más la conocen a la galería y la gente sabe porque no hay mucha venta

E: o sea se diferencian del mercado porque ustedes alquilan acá

E7: el mercado es muy diferente porque el mercado tiene variedad de cosas

E: claro, bueno señito, ha sido todo por hoy, muchísimas gracias...

Fuente: Elaboración propia.