

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE ANTROPOLOGÍA**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA**

**“NACÍ PARA SER COMERCIANTE”**

**Economía popular y estrategias de trabajo en el comercio minorista  
de la Feria 16 de Julio, ciudad de El Alto  
(Departamento de La Paz, Bolivia 2019-2020)**

**POSTULANTE:** Univ. Jhonny Copa Limachi

**TUTORA:** M. Sc. Carla Virginia Rodas Arano

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2021**

## **DEDICATORIA**

Dedicado a todos los comerciantes minoristas que feria tras feria están en el puesto de venta, a quienes se encuentra sin falta a pesar del sol, el viento, la lluvia o el granizo.

A las personas que partieron: Wilma y Ángel, quienes nos guían y cuidan desde donde están.

A Jhostyn, Matías y Aislinn, quienes me inspiraron en el proceso de la investigación.

En especial, y con mucho cariño, a mi querida madre Elena, quien encontró en el comercio su fuente de trabajo.

## AGRADECIMIENTOS

Inicialmente deseo dar las gracias a los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos, quienes me abrieron sus puertas para conocer y comprender el desarrollo de su actividad. Así también por el tiempo que se dieron para compartir diálogos, visitarlos y acompañarlos en el puesto de venta, además de permitirme asistir a sus asambleas sin ningún inconveniente. Sin el apoyo de Gudnar, Moisés, Ramiro, Liliana, Miriam, Fabiola y Elena no hubiera sido posible realizar esta investigación.

Especialmente, quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi tutora: M. Sc. Carla Virginia Rodas Arano, quien me guio sabiamente en el proceso de la tesis con su paciencia, comprensión, confianza, y sobre todo por el apoyo brindado incluso en momentos difíciles, animándome a seguir adelante. ¡Muchas gracias licenciada! Asimismo, agradecer al Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), la Universidad Mayor de San Andrés - Facultad de Ciencias Sociales (UMSA-FCS) y el Instituto de Investigaciones Antropológicas y Arqueológicas (IIAA), por la beca brindada a partir de la segunda y la tercera etapa de la investigación.

Igualmente, estoy agradecido con Lola Paredes por facilitarme bibliografía, con Omar Blanco por sus sabios consejos, con Juliane Müller y Raúl Rodríguez por los amplios debates y sugerencias sobre el tema investigado. Del mismo modo, agradecer a las amistades de años y a las conformadas en la Carrera de Antropología, quienes me alentaron en todo momento.

Finalmente, quiero dar las gracias a toda mi familia por haberme colaborado emocionalmente, comprendiéndome y otorgándome el espacio necesario para cumplir con la tesis.

## RESUMEN

La actividad comercial en el último tiempo sufrió un desborde por la crisis y el estancamiento del sector industrial urbano, ocasionando la búsqueda de nuevas alternativas laborales. Por tanto, la presente investigación analiza la sucesiva construcción de las estrategias de trabajo en el comercio minorista, que es desarrollada en el puesto de venta e inclusive más allá de la misma. Las cuales fueron abordadas mediante relacionamientos horizontales con los comerciantes de la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto, Bolivia.

Para tal efecto se consideró el análisis cualitativo, la teoría fundamentada y el método etnográfico mediante procedimientos prácticos con interacciones y vivencias en el espacio del comercio. De ese modo, las estrategias de trabajo desarrollados por los comerciantes se establecen mediante el aprender haciendo, los acuerdos de palabra y bajo un estrecho vínculo con la familia, amistades y ayudantes. Asimismo, el acogerse a su ente organizacional les permite tener seguridad y más aún en situaciones de contingencia, donde prevalece la colaboración institucionalizada y voluntaria. También las prácticas relacionales con la formalidad referidos a las obligaciones de costumbre y los registros manuales, permiten tener un autocontrol de la actividad y las mismas son manifestadas con total libertad.

De esa manera se visibilizó que las estrategias ejercidas giran en torno al ámbito de trabajo, a las relaciones sociales y a las prácticas relacionales entre la formalidad y la informalidad que están en función a los conocimientos tácitos de la actividad. Así, las estrategias emergen de forma empírica y se tornan como códigos de vida del comercio, porque las mismas son asumidas naturalmente de manera versátil y flexible. En suma, a través de esta investigación con el apoyo de la Antropología y desde la realidad del comercio minorista, se pretende aportar al debate contemporáneo de la economía popular.

## ÍNDICE

Contenido	Páginas
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	8
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES</b> .....	12
1.1. Antecedentes.....	12
1.2. Tema de investigación.....	20
1.3. Preguntas de trabajo y objetivos de la investigación.....	22
1.4. Justificación de la investigación.....	24
<b>CAPÍTULO II: CONSIDERACIONES TEÓRICAS</b> .....	28
2.1. Antropología Económica: una mirada general.....	30
2.1.1. La Antropología Económica influenciada por Karl Marx.....	32
2.1.2. La Antropología Económica y las teorías del desarrollo.....	36
2.2. Estrategias de trabajo: algunas consideraciones teóricas.....	41
2.2.1. El ámbito del trabajo y su reestructuración.....	41
2.2.2. Las estrategias como acción en las formas de vida.....	44
2.2.2.1. Estrategias de sobrevivencia.....	45
2.2.2.2. Estrategias familiares de vida.....	47
2.2.2.3. Estrategia de las redes sociales.....	48
2.2.3. De la “informalidad” a la “economía popular”.....	50
2.2.3.1. El sector informal como alternativa de oportunidades.....	51
2.2.3.2. Características de la economía popular y sus consideraciones teóricas.....	54
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	58
3.1. Delimitación de la investigación.....	58
3.1.1. Ubicación geográfica y poblacional.....	58
3.1.2. Delimitación temporal.....	63
3.2. Paradigma y método de investigación.....	63
3.3. Etapas, técnicas e instrumentos en la investigación.....	65
3.3.1. Primera etapa de la investigación.....	65
3.3.1.1. Observación participante.....	65

3.3.1.2. Entrevistas no estructuradas y entrevistas semi-estructuradas de tipo etnográficas .....	66
3.3.2. Segunda etapa de investigación .....	67
3.3.2.1. Historias de vida en la investigación.....	67
3.3.3. Tercera etapa de investigación.....	68
3.3.4. Instrumentos de investigación .....	68
3.4. Análisis y/o codificación de los datos .....	69
<b>CAPÍTULO IV: SURGIMIENTO DEL ESCENARIO DE TRABAJO, ESTRATEGIAS DE FLEXIBILIDAD Y CAMBIOS COYUNTURALES EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA FERIA .....</b>	<b>70</b>
4.1. La configuración de la ciudad de El Alto: ¿“Ciudad Comercio”? .....	70
4.1.1. Surgimiento de la Feria 16 de Julio y la Asociación de Comerciantes Minoristas Pascoe y Vecinos .....	74
4.1.2. El tránsito del comerciante minorista y su ámbito laboral.....	77
4.1.2.1. Inicios y acceso a la actividad: de ayudante a inquilino y a conseguir un puesto de venta .....	80
4.1.2.2. Itinerario del comerciante minorista en día de Feria.....	83
4.2. Estrategias de flexibilidad en el comercio minorista de la Asociación Pascoe y Vecinos .	86
4.2.1. Sobre el afán de aprender haciendo a la pesca de mercadería .....	89
4.2.1.1. Adquisición de fardos y selección de mercadería .....	89
4.2.1.2. Escoger la mercadería de fardos y otros espacios.....	91
4.2.2. “No puedes darte el lujo de perder”: re-confección y arreglo de la mercadería .....	93
4.2.3. Hacer girar la mercadería: más opción para la venta.....	95
4.3. Cambios coyunturales a partir de la pandemia coronavirus en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos .....	97
<b>CAPÍTULO V: RELACIONES DE COHESIÓN SOCIAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA ASOCIACIÓN PASCOE Y VECINOS .....</b>	<b>102</b>
5.1. Características organizativas de la Asociación de Comerciantes Minoristas en Artículos Varios Pascoe y Vecinos .....	102
5.1.1. Estructura orgánica de la Asociación.....	104
5.1.2. Afiliación y el derecho a la venta en la Asociación.....	110
5.1.3. Vida orgánica y responsabilidades del comerciante minorista .....	112
5.2. Relaciones de dependencia en el comercio minorista de la Asociación.....	114
5.2.1. Configuración de la red social del comercio .....	115
5.2.2. Configurando la red social de amistad, ayudantes o colaboradores .....	119
5.3. Relaciones de solidaridad entre los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos ante situaciones de contingencia .....	121

5.3.1. Ayuda recíproca como mecanismo establecido en los comerciantes .....	122
<b>CAPÍTULO VI: CABALGANDO ENTRE LA INFORMALIDAD Y LAS PRÁCTICAS FORMALES .....</b>	<b>130</b>
6.1. Actividades de la semi-informalidad.....	130
6.1.1. Acuerdo de palabra y las obligaciones de costumbre .....	131
6.1.2. Registro manual: una forma de autocontrol en la actividad .....	134
6.2. A pasos de la formalidad .....	137
6.2.1. Préstamo bancario para el negocio .....	137
6.2.2. Lectura del mercado, una manera empírica de conocer el movimiento económico.....	139
6.2.3. Responsabilidades con la municipalidad por el derecho al trabajo .....	142
6.3. La formalidad como anhelo: intentos de políticas públicas para el comercio.....	146
6.3.1. La Reconversión Productiva y Comercial, ¿fue un engaño? .....	146
6.3.2. De la venta de ropa americana al iniciar un emprendimiento.....	149
<b>CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>153</b>
CONCLUSIONES.....	163
BIBLIOGRAFÍA .....	168
ANEXOS .....	182

### ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Ubicación geográfica de la ciudad de El Alto .....	59
<b>Figura 2:</b> Mapa de la Feria 16 de Julio y la Asociación Pascoe y Vecinos.....	61
<b>Figura 3:</b> Estructura orgánica de relacionamiento con instituciones.....	103
<b>Figura 4:</b> Organigrama de la Asociación de Comerciantes Minoristas Pascoe y Vecinos ....	104
<b>Figura 5:</b> Red personal o egocéntrica del comercio (el caso de Wilma).....	117
<b>Figura 6:</b> Ayuda de reciprocidad en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos ..	125

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Principales ferias de la ciudad de El Alto .....	72
<b>Tabla 2:</b> Responsabilidades de los comerciantes en la Asociación Pascoe y Vecinos.....	112
<b>Tabla 3:</b> Modalidades y meses de venta .....	140

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto (del departamento de La Paz, Bolivia), específicamente en el marco de la Asociación Pascoe y Vecinos, respecto a las estrategias de trabajo del comercio minorista. Los comerciantes minoristas de la Feria laboran por cuenta propia en medio de disputas en las calles y entre sectores. Por tanto, para adaptarse al cambio y evitar altercados, se establecen normativas de relacionamiento interno y se construyen modalidades de organización propias con características flexibles.

Dicha actividad ha sido naturalizada como “informal”, donde la participación de personas no requiere de una preparación previa y tampoco de un capital ampuloso (Organización Internacional del Trabajo - OIT, 2013 y CEDLA-FLACSO, 1988). El comercio minorista es considerado como una opción ante la falta o la escasa apertura de fuentes laborales, tanto en el ámbito público como en el privado. En esas circunstancias, estas personas construyen su propia fuente laboral generando espacios de inserción y alternativas al mercado de trabajo.

Por consiguiente, el interés de abordar el estudio del tema surge mediante la comprensión del escenario y el desenvolvimiento del comercio que en el último tiempo atravesó un expansionismo incontrolable como ocurre en la ciudad de El Alto. De esta manera, con el apoyo de la Antropología, se pretende aportar al debate contemporáneo del sector reflejando su realidad. Para tal efecto, este trabajo trata de analizar la construcción de estrategias de trabajo en los comerciantes minoristas mediante las estrategias de flexibilidad, los nexos relacionales y entre las prácticas formales e informales.

A partir de las apreciaciones del trabajo de campo, se pudo visibilizar que existe una versatilidad de índole flexible en el ámbito laboral del comercio, además de un relacionamiento

entre los propios comerciantes cimentado en la familia desde el cual se producen las conexiones con amistades, ayudantes y personas del gremio; así también las prácticas de dependencia entre las actividades formales y las consideradas informales. Y, esto no solo conlleva a construir estrategias, sino también a manejarlas y reforzarlas tácitamente de acuerdo a los conocimientos adquiridos con el pasar del tiempo. Los cuales son considerados como códigos de vida del comercio, porque las mismas son aplicadas y desarrolladas naturalmente de forma constante en la actividad comercial.

Siguiendo esta perspectiva, el presente trabajo se estructura en siete capítulos: el primer capítulo presenta los aspectos generales, donde se aprecia los antecedentes de la investigación abordando las temáticas concernientes sobre el comercio en la Feria 16 de julio. Luego se expone el tema de investigación, enfocado en la construcción de estrategias en el ámbito laboral del comercio minorista, posteriormente se plantean las preguntas y objetivos de investigación que fueron la guía en todo el proceso de la tesis. Así, en última instancia se manifiesta la justificación, haciendo hincapié en la relevancia, la contribución y la motivación de la investigación.

En el segundo capítulo se establecen las consideraciones teóricas, en la cual, en primera instancia se hace referencia a la mirada general de la Antropología Económica. Seguidamente, se reflejan las estrategias de trabajo relacionadas a la sobrevivencia, las estrategias familiares de vida y a las redes sociales, las cuales son consideradas con mayor ahínco en el sector informal. De esa manera, también se expresa la informalidad como una alternativa de oportunidades para luego recaer en los debates de la economía popular, siendo la misma considerada en la presente investigación.

Posteriormente en el tercer capítulo, se establece el marco metodológico, reflejando la delimitación tanto geográfica y temporal de la tesis. Luego se plantea el manejo del enfoque cualitativo, considerando la teoría fundamentada juntamente con la etnografía y la observación participante aplicadas en las tres etapas de investigación, las cuales permitieron acercamientos horizontales con las personas del comercio. Asimismo, se expone el trabajo de gabinete reflejando el análisis y la codificación de los datos obtenidos en campo.

A partir del cuarto capítulo se empieza con el desarrollo de la tesis, abarcando en primera instancia el surgimiento del escenario de trabajo, el tránsito de los comerciantes, los inicios, acceso e itinerario de la actividad. Además de las estrategias de flexibilidad ejercidas por los comerciantes en relación al aprender haciendo, practicado en la adquisición, la re-confección, arreglo y el hacer girar la mercadería para lograr más opciones en la venta. Consecuentemente se presentan los cambios coyunturales del negocio, bajo la influencia de la pandemia coronavirus y las medidas adoptadas por el sector con la intención de hacer frente a la situación vivida.

En el quinto capítulo, se analiza las relaciones de cohesión social en los comerciantes, estableciendo sus características organizativas de grupo, la estructura del gremio, afiliación, vida orgánica y las responsabilidades asumidas naturalmente. Asimismo, se plantean las configuraciones de la red social del comercio vinculadas a las relaciones familiares, amistades y ayudantes de la actividad. También, se hace referencia al aspecto de solidaridad practicadas mediante la ayuda recíproca, como un mecanismo de fiel cumplimiento establecido por los comerciantes.

Posteriormente en el sexto capítulo, se identifican las prácticas asumidas de forma relacional entre la formalidad y la informalidad. Así, el acuerdo de palabra juega un rol

fundamental en la actividad, a la vez, se va manejando el registro manual y el conteo de las prendas para el autocontrol del negocio; también se producen los préstamos bancarios y las responsabilidades con entidades públicas por el derecho al trabajo. De este modo, se detalla los intentos de políticas públicas anhelando la formalidad mediante el Programa de Reversión Productiva y Comercial, considerado por los comerciantes como un engaño y en consecuencia van surgiendo iniciativas propias mediante emprendimientos, con la intención de cambiar de rubro y establecerse en el mercado.

Finalmente, en el séptimo capítulo se realiza el análisis de los resultados obtenidos en toda la investigación, haciendo hincapié en los aspectos más relevantes de los capítulos de desarrollo. En ese sentido, se establecen las prácticas más notables en la construcción de las estrategias de trabajo de los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos en la Feria 16 de julio. En última instancia, se reflejan las conclusiones a las que se llegó en cumplimiento a las preguntas y objetivos de investigación.

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES**

En este primer capítulo, se expondrán los antecedentes de la investigación con las cuales se partió para abarcar las estrategias de trabajo del comercio minorista, este aspecto dio paso a analizar los estudios relacionados con la temática. Posteriormente, se describe el tema de investigación, así como las preguntas y objetivos que guiaron el presente trabajo, para luego establecer la justificación enfocado en la pertinencia, la motivación y la importancia de la investigación. Seguidamente se pasa a desarrollar los aportes que hacen referencia al comercio en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto y su vinculación con la misma.

### **1.1. Antecedentes**

La ciudad de El Alto siendo la más joven de Bolivia, aglomera a una población multiétnica asentada en su gran mayoría desde mediados del siglo pasado. Esta población provino del espacio rural, minero, fabril, entre otros y vieron la necesidad de buscar alternativas laborales por la poca capacidad de la industria urbana (Sandoval & Sostres, 1989). Una de ellas fue engrosar las esferas comerciales, ocupando las calles y avenidas de esta urbe, tomando protagonismo trascendental en la generación de espacios laborales como de la Feria 16 de Julio (la más importante de El Alto), la misma presenta poca atención investigativa y los estudios relacionados con la temática se señala a continuación.

El estudio de Quisbert (2002), se enfoca en el cambio cultural reflejado en el migrante aymara establecido en la ciudad de El Alto y su relación laboral con la Feria 16 de julio bajo la característica de microempresa. Estas microempresas fueron fomentadas por las políticas estatales mediante la implementación de la Nueva Política Económica con el Decreto Supremo 21060 de 1985, promovido en crear y buscar nuevas formas de supervivencia. De esa manera

se van desarrollando las iniciativas y propuestas de los sectores populares, quienes generan una forma de auto empleo de características familiares o semi empresariales (Quisbert, 2002).

Así, el cambio cultural o alienación del aymara migrante se produce mediante el relacionamiento y la integración con la economía de mercado. Esto se dio por el establecimiento del neoliberalismo y la visión de la empresa con una lógica de explotación laboral. En consecuencia, se produce la transición de prácticas culturales propias del migrante a la asimilación de prácticas urbanas capitalistas, mediante la aceptación y renovación de valores enfocadas al orden de las leyes económicas del mercado, promovidas por el Estado y reflejadas en la Feria 16 de julio (*ibid.*).

La investigación de Sossa (2008), plantea un análisis económico relacionado a las entidades del sistema financiero bajo programas de crédito y ahorro en los comerciantes de la Feria 16 de julio, particularmente en las mujeres que se dedican a la actividad comercial. Estas personas necesitan financiamiento para incrementar su capital y poder generar mayores ingresos, con la intención de mejorar su calidad de vida. Así, al participar en los créditos encuentran la confianza y el apoyo para el crecimiento o expansión de negocios o actividades productivas (Sossa, 2008).

De esa manera los créditos que ofrecen las entidades financieras (Diaconía, Pro mujer, Banco Sol, entre otras) están enfocadas en microcréditos mediante la conformación de grupos solidarios, los cuales funcionan entre seis y nueve personas. Para este fin, normalmente los comerciantes recurren a redes familiares, amistad y laboral con la intención de generar una cohesión de grupo. Una vez adquirido el préstamo, los comerciantes incrementan el capital y buscan nuevos espacios para la venta de mercaderías más allá del jueves o domingo, donde se

desarrolla la Feria 16 de julio, porque eso permitiría no tener inconvenientes en cancelar la deuda y generar mayores ingresos económicos destinados a familiares (*ibid.*).

A su vez Silvia Rivera (2002), entiende que la economía de mercado capitalista y las formas no capitalistas son reflejadas en los programas de microcréditos, resultando ser más rentables para las propias entidades financieras. Las mismas se aferran a la conformación de grupos solidarios o prestatarios para generar un control mutuo entre las personas que solicitan el financiamiento. Este aspecto reflejaría la articulación de relaciones entre la dominación colonial y de género en el trabajo comercial por cuenta propia (Rivera, 2002).

En ese entender la autora estudia los espacios del mercado informal urbano de La Paz y El Alto (considerando la Feria 16 de julio junto a otras más), relacionado a la interacción y resistencia cultural, contexto donde las mujeres de diferentes posturas étnicas interactúan unas con otras. Estos espacios reflejan una feminización del mercado de trabajo, además mediante los programas de microcréditos, se permite visibilizar las articulaciones y las estrategias del comercio basadas en las redes sociales. En suma, el contexto del mercado informal tiende a reflejarse como un microcosmos, donde se reproduce las acciones de complejidad del mercado, relacionadas con las redes, alianzas, parentesco, clientela e inclusive la adscripción política (*ibid.*).

A su vez, los autores Yampara, Mamani y Calancha (2007), en referencia a la Feria 16 de julio, intentan mostrar que este espacio no solamente posee una influencia económica positivista de libre mercado. También dentro el conglomerado de comerciantes existe otra manera de proceder en la actividad mediante las dinámicas andinas de reciprocidad, solidaridad y redistribución. Es decir, en la Feria no solamente se da un intercambio de mercancías, sino

que también se presentan aspectos de la cosmovisión andina que son reflejadas en la actividad para la prosperidad comercial (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007).

De esa manera los autores pretenden reflejar que ambos criterios se relacionan y se hacen presentes en la Feria 16 de julio. Así estas relaciones se vinculan en la venta mediante las fuerzas y energías de *jaqi* o gente (masculino y femenino) que reflejan interacción y armonía. Además, los elementos de la cosmovisión andina están muy presentes en los comerciantes y en el espacio de trabajo, generando una mirada distinta sobre la dinámica de la Feria y que no sea percibida simplemente desde una visión mercantil.

En tal sentido, se reflejan aspectos visibles e invisibles, enmarcadas en la dinámica socioeconómica e interacción de la reciprocidad, solidaridad, redistribución e inclusive se considera al trueque de forma escasa (*ibid.*). Las cuales se evidencian en las costumbres comunitarias manifestadas por el comerciante en las relaciones sociales, ya que la gran mayoría proviene del área rural. De esa manera el *qhatu* o la Feria 16 de julio puede ser entendida por dos dimensiones que se relacionan entre sí; por un lado, mediante el *muyta* o el contorno, donde se encuentran los aspectos materiales (visibles) manejado por los comerciantes y las personas que asisten al lugar; y por otro mediante el *muyt'a* o el entorno, donde se encuentran los aspectos espirituales (invisibles) manifestadas por los yatiris mediante las celebraciones y festividades (*ibid.*).

Por otro lado, la investigación de Zegarra (2008), plantea la relación de las actividades productivas de los comerciantes y la relación en las tecnologías de información y comunicación (TIC), en especial con el uso de la telefonía móvil. El uso de las TIC es vista como una herramienta del negocio, manejado por el grado de formación de las personas.

Consecuentemente, los comerciantes de la Feria 16 de julio utilizan la telefonía móvil de manera útil y esencial para los procesos productivos del comercio (Zegarra, 2008).

Así, el uso del celular en los comerciantes que producen y venden en la Feria tanto muebles y prendas de vestir como menciona el autor, permite acortar distancias y sobre todo ahorrar valioso tiempo. Es decir, mediante las llamadas que realizan los comerciantes se enfocan en la organización, pedidos, materiales, cantidad y distribución del negocio. El aspecto central en la utilización de este instrumento tecnológico, recae en el mejoramiento administrativo de la actividad, pero a la vez en los comerciantes se genera una penetración de las tecnologías de información y comunicación, ingresando de esa forma en la era digital (*ibid.*).

Además, en el contexto temático del comercio en la ciudad de El Alto, el aporte que realizan Quispe, Tonconi y Canaviri (2011), desde el enfoque de género, consideran que las ferias como la 16 de julio, Av. Tiwanaku, Villa Dolores, entre otras, manifiestan la dedicación de la mujer en la actividad económica comercial, pero que además se desenvuelven en la vida política. De esa manera, las ferias no solamente son un espacio de intercambio comercial, más al contrario se perciben como un lugar de encuentro y relaciones sociales. En este sitio, la mujer cuenta propistas o comerciante informal realiza el trabajo para garantizar los ingresos a sus familias (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011).

No obstante, las mujeres en su gran mayoría son vulneradas por la sociedad y para contrarrestar ello, el contexto del mercado se convierte en un lugar de resistencia. Esta resistencia se enmarca en la capacidad de auto representarse, asumiendo conocimientos tácitos y no estar bajo el mando de un jefe o patrón a quien rendir cuentas de los movimientos laborales. En ese sentido, las principales causas para dedicarse al comercio recaen en la supervivencia por la falta de empleos, falta de recursos económicos y la falta de instrucción formal; por esos

factores en El Alto se expande la actividad comercial, haciéndose notar como una “Ciudad Comercio” (*ibid.*).

De esa manera, el comercio se establecería como una salva vidas adoptadas por las familias, para desear salir del desempleo y la pobreza mediante la instauración de un negocio propio. Este aspecto es explorado y descrito por Díaz (2015), en los comerciantes de la Feria 16 de julio y muy particularmente en el sector de las rieleles. En ese sentido, el autor presta atención a las familias de comerciantes que trabajan de forma autónoma ofreciendo sus productos en la Feria, relacionándolo como una estrategia de sobrevivencia.

Así, esta actividad crea un sustento económico mediante las ventas generadas en el espacio del puesto de venta. Al mismo tiempo, los comerciantes utilizan conocimientos en los días de trabajo (jueves y domingo) e indudablemente estas presentan una heterogeneidad, porque existe una diferenciación entre los rubros y ninguna es igual a la otra (Díaz, 2015). Por tanto, el autor establece en su investigación, que el comercio informal en El Alto es un campo donde las familias buscan un sustento económico, además de ser un refugio ante el desempleo, es una alternativa de oportunidades y también de complementariedad económica (*ibid.*).

Al respecto, la Feria 16 de julio tendría la vitalidad de generar ingresos adicionales y fuentes de trabajo, estableciendo procesos económicos y sociales de re significación del lugar. De esa manera, Rojas (2016), presta atención a este espacio mediante dos lógicas; por un lado, desde la reciprocidad andina, pre moderna vinculado al territorio; y por otro, referido al intercambio mercantil, catalogado de informal y especialmente considerado como aglomerados de exclusión. Así, ambas dicotomías tanto del territorio y los aglomerados de exclusión, son latentes y se reproducen en la Feria (Rojas, 2016).

Por tanto, la lógica del territorio, estaría relacionado con la vinculación del espacio andino, el proceso histórico de conformación de la Feria 16 de julio y el aprovechamiento, apropiación, uso y dominación estratégica del espacio público por los aglomerados de exclusión. Estos al ser los excluidos sociales, buscan afirmarse en el comercio para la supervivencia, aprovechando el espacio del libre mercado reflejado en la Feria. Además, los excluidos no solamente aglomeran a personas de origen rural, sino más al contrario aparecen y se sitúan los sectores populares que encontraron en este contexto su ámbito de trabajo, cada vez más extenso y valorado (*ibid.*).

En relación a los sectores populares y su economía, Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona y Ferrufino (2013), mediante el abordaje etnográfico, prestaron atención a los sectores emergentes del comercio en los rubros de: electrodomésticos, motorizados, construcción, abarrotes, ropa y zapatos. Los cuales se establecen en la Huyustus, Eloy Salmón, la Feria 16 de julio y Villa Dolores, entre otras. Estos comerciantes populares son en su gran mayoría de origen aymara y logran controlar el comercio dentro los mercados de Bolivia, mediante acuerdos informales apoyados en las extensas redes y fortalecidas por sus dinámicas propias (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

En tal sentido, los autores pretenden reflejar en los comerciantes exitosos las dinámicas y prácticas para poder entender a la economía popular, desde la realidad de los sectores emergentes, considerando sus instituciones, estrategias y lógicas. Así, estos sujetos tienen protagonismo y decisión propia, basadas en sus capacidades, experiencias y habilidades, las cuales son utilizadas para expandirse e invertir de manera local, regional y en algunos casos de forma global en el negocio. Esta manera de arriesgarse en inversiones del negocio, genera el establecimiento de ambientes como los mercados o ferias en las cuales el sector empresarial

dudaría en involucrarse y es esa la característica y el riesgo que toma el comerciante exitoso para lograr más réditos económicos en la actividad (*ibid.*).

Hasta este punto, las investigaciones relacionadas con la Feria 16 de julio o vinculadas a la misma, reflejan que los comerciantes aglomerados en este espacio, encuentran un ámbito de trabajo y es considerado como una estrategia de sobrevivencia el poder establecerse en un puesto de venta. Además, este ámbito no solo es un encuentro de transacciones comerciales, más al contrario también se presencian dinámicas de la cosmovisión andina, las cuales se complementan con la lógica mercantil. Asimismo, este espacio expresa la feminización del trabajo, donde se relacionan étnicamente unas con otras y así también se van produciendo cambios culturales adaptados a la forma de vida urbana.

En suma, la Feria 16 de julio no solamente acoge a comerciantes de procedencia rural, sino que también a sectores populares, quienes utilizan herramientas tecnológicas necesarias para el mejoramiento administrativo del negocio. También, utilizan las facilidades en los préstamos de las entidades financieras para fortalecer y expandir su capital con la intención de buscar otros espacios fuera de los días de Feria (jueves y domingo). De esa manera, poder controlar el mercado más allá del puesto de venta, logrando establecerse como un comerciante emergente o exitoso, apoyado en las redes, instituciones, experiencia, habilidades y la capacidad de toma de decisiones.

Por tanto, las investigaciones mencionadas anteriormente, coinciden que la Feria 16 de julio brinda espacios laborales para la sobrevivencia y se da el relacionamiento mutuo entre la lógica mercantil y la cosmovisión andina, reflejadas en las relaciones sociales y la re significación del lugar. Sin embargo, los vacíos que presentan las mismas recaen en no establecer las estrategias laborales más allá de la sobrevivencia, así como también de no

considerar el aspecto de la flexibilidad y su forma de actuar en situaciones de contingencia dentro del rubro. Estos aspectos enriquecerían la dinámica que presenta el comercio minorista en la Feria 16 de julio, visibilizando aún más la realidad del trabajo comercial; seguidamente se considera el tema de investigación.

## **1.2. Tema de investigación**

En el contexto boliviano, mediante la crisis económica y social sufrida en la década de los 80 del siglo pasado y tras la implementación de la nueva política económica reflejada en el Decreto Supremo N° 21060,<sup>1</sup> se accedió a nuevos espacios de libre desarrollo del mercado (Doria Medina, 1986). Esto dio paso a la relocalización de trabajadores de las entidades públicas, instaurándose la libre contratación, la libre oferta y demanda, junto a la reducción de gastos por el Estado. De tal forma, se fueron generando nuevos espacios y asentamientos poblacionales (Torricono, 2017), así como también sus propias modalidades y estrategias económicas (Strobele, 1993) para hacer frente al sistema engrosando las actividades informales.

La población afectada (mineros, fabriles, entre otros) por esta medida acudió a establecerse en las villas y en las zonas de las ciudades, generando la expansión urbana en el territorio boliviano (Torricono, 2017). Uno de estos escenarios es la ciudad de El Alto, que hasta 1985 pertenecía al municipio paceño, pero ya a partir de 1988 se independiza y obtiene el rango de ciudad, acogiendo a residentes de origen rural, minero y de otras regiones del país (Sandoval & Sostres, 1989). Esta nueva población llegó a formar parte de la economía informal de El Alto bajo las lógicas mercantiles de libre mercado que se generan en espacios visibles e invisibles (Yampara, Mamani & Calancha, 2007), accediendo a cualquier ocupación para la obtención de

---

<sup>1</sup> Implementada en el gobierno de Víctor Paz Estenssoro (1985-1989) el 29 de agosto de 1985, como medida ante el proceso inflacionario en Bolivia.

recursos, tales como el comercio, el transporte y los servicios entre otros (Albó, Sandoval, & Graves, 2016).

Así, el establecer ferias en El Alto, se hizo una práctica que se ha instaurado con el tiempo y ha pasado de ser una alternativa económica creando un colchón de apoyo ante la falta de empleos (Página Siete, 2020). Por ello, el sector del comercio en la actualidad, lejos de ser un ámbito de sobrevivencia, es un espacio de complementariedad socio-económica de oportunidades nuevas y de bienestar para las familias que se vieron imposibilitadas al trabajo remunerado (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015). El ámbito comercial, y particularmente el de la Feria 16 de julio, refleja una realidad muy compleja, porque dentro este sector se acoge a más de 23.144 afiliados en 84 asociaciones<sup>2</sup> (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011), los cuales se asientan en las calles los días jueves y domingo.

Al mismo tiempo, el sector comercial en los últimos años ostenta un incremento en sus filas por el desborde de actividades que presenta, pero tal aspecto frente al Estado y los empresarios de la producción textil boliviana, es percibido como un problema de tipo económico que frena el desarrollo de la industria nacional. De tal forma, y ante la coyuntura que enfrentan, se dan maneras de pertenencia en el sector, mediante la reinención de prácticas generadas desde su interior. Así, los comerciantes recurren a estrategias como una forma de resistencia ante las barreras legales que promueve el aparato estatal para reducir la actividad (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

Por tanto, el sector comercial es percibido como un espacio de reivindicación laboral, en ese sentido, esta investigación surge por la necesidad de analizar la construcción de

---

<sup>2</sup> Siendo éste un dato de referencia, porque no se contempla a comerciantes no registrados o a los ambulantes que no se establecen en un punto específico y que más al contrario trajinan por toda la Feria. Además, es preciso mencionar que estas asociaciones del comercio están afiliadas a la Federación de Gremiales de El Alto y a la Confederación Nacional de Trabajadores Gremiales de Bolivia en su carácter Nacional.

estrategias de trabajo y las dinámicas de las personas que se dedican al comercio minorista, algunos de ellos provenientes del éxodo rural y otros que nacieron dentro la misma urbe, siendo personas que incursionan en la actividad del comercio por distintos azares de la vida, de forma voluntaria y en algunas circunstancias de manera arriesgada (Narotzky, 2001). Por estas razones se plantea como tema de investigación: la construcción de estrategias en el ámbito laboral del comercio minorista de la Asociación Pascoe y Vecinos en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto, Bolivia. A continuación, se exponen las preguntas del trabajo juntamente con los objetivos de investigación que guiaron el proceso de la tesis.

### **1.3. Preguntas de trabajo y objetivos de la investigación**

Los planteamientos de las preguntas de investigación estuvieron diseñados mediante el tema. Asimismo, estas interrogantes fueron retroalimentadas con los hallazgos del trabajo de campo. De esa manera, se llega a las siguientes interrogantes:

#### **Pregunta general**

- ¿Cómo los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto construyen estrategias de trabajo, en tiempos de bonanza y en periodos de crisis o emergencia?

#### **Preguntas específicas**

- ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos ante las coyunturas sociales?
- ¿Cómo los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos mantienen relaciones sociales en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto?

- ¿Cómo los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos realizan prácticas de la economía formal dentro la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto?

La primera interrogante fue de índole general, enfocada en las estrategias laborales concernientes al comercio minorista. Las restantes tres preguntas fueron de carácter específico y sobre sucesos complementarios a la pregunta general. Por consiguiente, se trataron de establecer las prácticas, relaciones y su reconstrucción coyuntural dentro el comercio minorista en la Feria 16 de julio.

Seguidamente, se formulan los objetivos de investigación que surgen a raíz de las interrogantes diseñadas en la investigación. Se planteó un objetivo general y tres objetivos específicos que se interrelacionan sucintamente. A continuación, se enumeran los objetivos de la investigación:

### **Objetivo general**

- Analizar la construcción de estrategias de trabajo en las temporadas de crisis y/o bonanza de los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos en la Feria 16 de julio.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las estrategias de flexibilidad ante los cambios coyunturales en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos a lo largo de la historia.
- Analizar las redes sociales de los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos dentro la Feria 16 de julio.
- Identificar las prácticas realizadas por los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos que son propias de la economía formal.

Los objetivos fueron introducidos para realizar un abordaje y una reflexión mayor sobre el comercio minorista en la construcción de estrategias laborales. De esta forma, se consideró las estrategias de flexibilidad, las redes sociales y las prácticas de la formalidad, prestando atención a un sector específico de la Feria 16 de julio. Seguidamente, se presenta la justificación del estudio señalando la contribución del tema.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

Desde la segunda mitad del siglo XX en Bolivia, se han producido acontecimientos relevantes, tales como la Revolución de 1952, juntamente con la Reforma Agraria, que buscaron eliminar el latifundio y la incorporación del campesino a la vida social moderna (Albó, Sandoval, & Graves, 2016). Asimismo, mediante la implementación de la nueva política económica en 1985, se incrementó la migración campo-ciudad, así como la movilidad de los relocalizados y los asentamientos urbanos (Torrice, 2017). Estos hechos causaron que la población busque nuevas alternativas laborales ante el limitado sector industrial, ocasionando el crecimiento de la informalidad (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011).

De esta manera, actualmente la actividad del sector informal cuenta con una amplia participación social, involucrando aproximadamente al 70% de la población boliviana (PNUD, 2015) que está ocupada en una multiplicidad de actividades, tales como la construcción, el transporte, los servicios, las actividades domésticas y el comercio, siendo la última de mayor presencia en el ámbito urbano. Así, las labores comerciales se extienden por todo el territorio boliviano en las diferentes ferias y mercados,<sup>3</sup> quienes instituyen sus propias dinámicas y

---

<sup>3</sup> Las que más resaltan dentro la actividad comercial son: la Ramada en Santa Cruz, la Cancha en Cochabamba, la Feria Fermín López y el mercado Kantuta en Oruro, las ferias en las calles Uyustus y Eloy Salmón en La Paz, y la Feria 16 de julio en El Alto (Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015).

oportunidades con un carácter expansivo, pero también establecen medidas propias de protección a sus actividades económicas (Tassi, 2012).

Las ferias generan fuentes laborales apoyadas en las redes familiares, esto principalmente en parientes y amigos que buscan oportunidades dentro el comercio (Albó, Sandoval, & Graves, 2016) e intentan ganarse la vida (Narotzky, 2015). También el sector se establece como una alternativa relativamente estable para los desempleados y para la población en su conjunto. Por tanto, y a pesar de las circunstancias, mediante los eventos que se presencian en el devenir de la sociedad, el desborde del sector ya no se considera como algo coyuntural sino como algo ya estructural por la crisis y el estancamiento industrial urbano (Matos, 1986).

En ese sentido, y en procura de aplacar el crecimiento de la actividad comercial, el cual es considerado por el aparato estatal y los empresarios de la producción textil boliviana como un problema que frena el desarrollo de la industria nacional, por ello se generó políticas de Estado mediante la creación del Decreto Supremo N° 28761.<sup>4</sup> De este modo se intentó frenar la importación y comercialización de mercaderías, especialmente de ropa americana (también conocida como ropa usada), pero la misma no tuvo el impacto esperado. Por este motivo se promovió el Programa de Reconversión Productiva y Comercial, llevado a cabo por el Ministerio de Hacienda<sup>5</sup> mediante la constitución de un fideicomiso por el monto de 80 millones de bolivianos.

Esta disposición fue instaurada mediante Decreto Supremo N° 29208<sup>6</sup> que fomentaba de manera voluntaria al otorgamiento de créditos para su reconversión en actividades

---

<sup>4</sup> Promulgado el 21 de junio del 2006, donde se aprueban los plazos de importación y comercialización de prendería usada. En suma: la prohibición de importación a partir del 21 de abril de 2007 y su comercialización desde el día primero de marzo del 2008 (Decreto Supremo N° 28761, 2006).

<sup>5</sup> En la actualidad es conocido como Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, a partir del 7 de febrero de 2009 mediante el Decreto Supremo N° 29894.

<sup>6</sup> Promulgada el 25 de julio de 2007 durante el gobierno de Evo Morales (2006-2010).

productivas. Se esperaba una buena aceptación por el sector y particularmente con los comerciantes. En suma, esta disposición en su Artículo 4º, párrafos I, II y III, refleja los siguientes aspectos:

**Artículo 4º. (Destino de los recursos del Fideicomiso)**

I. Los recursos del fideicomiso serán destinados al otorgamiento de créditos, para el financiamiento de los comercializadores al detalle de mercadería clasificada como prendería usada, que optaron y se inscribieron de manera voluntaria al Programa de Reversión Productiva y Comercial, hasta el 31 de mayo de 2007.

II. La Reversión Productiva está dirigida a los comercializadores de ropa usada al detalle con experiencia en una actividad anterior en un rubro productivo -textil, cuero, madera y alimentos.

III. La Reversión Comercial está dirigida a los comercializadores de ropa usada al detalle para mantener las actividades comerciales de productos nacionales o importados, sin que estas últimas afecten la producción nacional. (Decreto Supremo N° 29208, 2007)

Todas las personas interesadas, de manera voluntaria, tendrían acceso al programa de reversión, asegurando el crédito mediante la elección de la actividad a reconvertir (alimentos, madera, cuero y textil). Sin embargo, esta medida no tuvo el impacto deseado, más al contrario se siguió con la comercialización generando un rebase notable del sector, siendo considerada por las personas como una alternativa laboral. Y fue aprovechado tanto por personas de origen rural como por los sectores populares.

Así fue como se dio paso a la creación, a la reinvención de estrategias laborales del comercio. Ya algunos estudios contemporáneos hablan del tema en relación a los pluri-mercados, la movilidad territorial, su institucionalidad de carácter autónomo y sus propias dinámicas (Tassi & Canedo, 2018; Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015; Tassi, 2012; Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013; Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015; Müller, 2017; Müller, 2015). Sin embargo, estos debates prestaron atención a los sectores emergentes y exitosos del comercio; reflejado desde el imaginario local como un grupo social de éxitos monetarios y son considerados como *qamiris* (ricos) indígenas y populares, ligados al

desarrollo económico y comercial (Llanque, 2011), quienes encadenan vínculos económicos de manera local, regional y global.

Así, con la investigación se pretende reflexionar sobre la mirada generada al sector y sobre todo para develar las estrategias de trabajo en los comerciantes minoristas de la Feria 16 de julio. En tal sentido, desde la Antropología se intenta contribuir al debate actual sobre la temática de la economía popular desde la realidad del comercio minorista. Además, de la comprensión de este sector, que lejos de ser exitoso en su rubro, refleja maneras muy particulares de permanencia en la actividad, exhibiendo sus cualidades en sus formas y estrategias de trabajo que no son percibidas a simple vista y que van más allá del puesto de venta, siendo aparentemente comprendidos por ellos mismos.

Por tanto, el surgimiento e interés del investigador en abordar las estrategias de trabajo en el comercio minorista, se dio mediante la incursión en la actividad durante algunos años atrás, esa participación fue de forma activa en el puesto de venta, permitiendo así tejer un relacionamiento de amistades conformadas con el tiempo, facilitando las conexiones con personas de mayor trayectoria en el rubro. De esa manera, surgió la curiosidad de ahondar en el comercio y poder develar el trabajo y por ende las estrategias que se practican de manera tácita en la actividad. Por consiguiente, bajo estas consideraciones, seguidamente se presentan los aspectos teóricos considerados en la investigación.

## CAPÍTULO II: CONSIDERACIONES TEÓRICAS

Los estudios económicos surgieron desde la antigüedad centrados en las actividades comerciales. Particularmente, los pensadores griegos se aproximaron a este tipo de estudio, uniendo la filosofía del Estado y la sociedad (Acuña, 2012). Ellos utilizaron el término *oikonomía* (Molina, 2004), el cual se originaba de la palabra “*oikos*” que significaba “casa” y “*nomós*” que significaba “administrador” (Acuña, 2012) para hacer referencia a “la administración de la casa” (Ekelund & Hébert, 1996, p. 3). Fue así que el aspecto económico adquirió un rol central a razón de la preocupación por el sustento e intercambio de recursos (Acuña, 2012).

Posteriormente, el mercantilismo se desarrolló entre los siglos XVI y la primera mitad del siglo XVIII dando lugar al Estado Nación. En ese entonces se da la transición de las ciudades feudales autosuficientes al capitalismo mercantil acumulando oro y plata a través del comercio. El nacionalismo impulsaba la protección de los bienes locales y no favorecía el libre comercio interno, por tanto, favorecía a los monopolios y restringía el ingreso de negocios para generar menos competencia (Brue & Grant, 2016).

A finales del siglo XVIII “la economía tomo conciencia de sí cuando vino a ser identificada con un proceso de auto regulación del mercado” (Ekelund & Hébert, 1996, p. 15) y dio origen al capitalismo, concepto que fue nutrido con las posturas de Adam Smith (1776), David Ricardo (1817), Thomas Malthus (1820) y John Stuart Mill (1848) (Brue & Grant, 2016). Estos autores establecieron las bases del liberalismo económico y su forma de funcionamiento.

*La Riqueza de las Naciones* de Adam Smith (1776), publicada en los inicios de la Revolución Industrial, fue la obra maestra para el liberalismo económico, a razón que proponía el incremento de los bienes de consumo. La liberación económica se lograría mediante la

división del trabajo, el valor, la incorporación de maquinarias y la poca intervención del Estado, que generaría mayor lucro a partir de la exportación de bienes de consumo con alto valor (Smith, 1996).

Brue y Grant (2016) consideraron que la liberación económica de Smith (1776) implicaba ideas de propiedad privada, la empresa privada, la escasa intervención del Estado, la iniciativa individual y la libertad personal. En este contexto el consumo vendría a ser el único fin de la producción en la búsqueda de acumulación del capital, el cual Marx (2008) establece como “plusvalía” en su ampuloso trabajo sobre el capital (1867). Hart (2000) al respecto retoma a Marx en que ese tipo de relación social es de explotación, la cual resulta beneficiosa para las empresas más no así para los trabajadores.

De acuerdo a Marx (2008), el trabajador es dueño de su propia fuerza de trabajo, siendo la única propiedad que posee y que es empleada en los modos de producción que le corresponden al burgués. Así se incide en un proceso de acumulación, llegando a establecerse como un círculo vicioso para el capitalista, ya que la acumulación genera más acumulación (Marx, 1962).

Ambos autores, Smith (1776) y Marx (1867), serán la base para el origen de la Antropología Económica. Además de investigaciones filosóficas (Aristóteles, s/f) y teológicas (Tomás de Aquino, 2014 [1485]) anteriores que dieron paso a los estudios del mercantilismo (Mun, 1664) y del liberalismo (Cantillon, 1997 [1755]) en torno al *homo economicus* o el hombre racional. A continuación, se dará énfasis a los estudios de Antropología Económica que realizan un acercamiento a partir de trabajos de campo con diferentes agrupaciones.

## 2.1. Antropología Económica: una mirada general

A principios del siglo XX, la antropología comienza a tener interés en la economía, teniendo autores como Malinowski (1973 [1922]), Mauss (2009 [1925]), Firth (1929) y Herskovits (1940) que se preocupaban por la vida primitiva. Especialmente Malinowski (1973 [1922]) y Mauss (2009 [1925]) fueron la base de las corrientes sustantivistas y formalistas, siendo las primeras más descriptivas y las segundas más teóricas-deductivas (Korsbaek & Barrios, 2004). Malinowski (1973 [1922]) fue el primer antropólogo en investigar la “economía primitiva” en *Los argonautas del pacífico occidental*.

Malinowski tras años de investigación en el archipiélago de Nueva Guinea describió el *kula*: el intercambio (trueque) de mercancías y objetos preciosos como el *niwali* o brazalete de concha blanca y *soulava* o collares de concha roja (Malinowski, 1973). Este acto de intercambio es acompañado con eventos rituales mágicos muy bien institucionalizados, donde se mantienen ciertas normas como la entrega y devolución de regalos; generando un pacto de relacionamiento permanente y en algunos casos para toda la vida, promovido por la honradez y la confianza mutua. En suma, estas sociedades reflejan una organización económica peculiar y no pueden ser analizados a partir de la teoría general del hombre económico (Hart, 2000).

Bajo esta postura surgieron varios investigadores como Firth (1929, 1939), Thurnwald (1935), Malinowski (1935), Stephan Viljoen (1936) (Molina, 2004), quienes se preocupan en develar que las sociedades primitivas presentaban características diferentes a las posturas económicas tradicionales (Martínez, 1990). Así, Firth (1929) y Herskovist (1940) se empeñarían en mostrar economías distintas a las Occidentales a partir de la descripción de economías basadas en las necesidades y las consecuencias del cambio social.

Ya a mediados del siglo XX Herskovits (1952) emplea el término “antropología económica” (Molina, 2004), interesado en la economía primitiva y su comparación con otras sociedades. Herskovits analizó la vida económica de sociedades no industrializadas haciendo hincapié en la relación entre tecnología y actividad económica (Herskovits, 1952). De esta manera comprendió que el sistema económico y político junto a la cultura eran interdependientes (Herskovits, 1954).

Posteriormente a Herskovits surgen los formalistas, interesados en analizar la producción, distribución y consumo de recursos para satisfacer necesidades. Hacia este cometido consideraron que “no existen medios ni fines específicamente económicos, sino que sólo es económico el proceso de asignación de recursos escasos a fines alternativos” (Molina, 2004, p. 47). Por ello estos recursos asignados son bienes y servicios (como el capital, la tierra y el trabajo) escasos (Burling, 1976), con posibilidades de elección muy limitadas basadas en la racionalidad.

Asimismo, tras Herskovits, nacen los sustantivistas cuyo principal exponente es Karl Polanyi (1992). Polanyi relacionó el concepto económico con las actividades humanas y las consideró formales (carácter lógico de relación medios y fines) y reales (carácter empírico que depende de la naturaleza y sus semejantes) (Polanyi, 1992). Además, “el sistema económico es una mera función de la organización social” (*ibid.*, p. 60) y esta estaría basada en formas de integración económica apoyadas en las instituciones como la redistribución, el intercambio y la reciprocidad (Martínez, 1990). La reciprocidad fue relacionada a la familia junto a la organización social, la redistribución enfocado en la concentración central de productos para distribuirlos a los demás, y el intercambio que se da normalmente en los mercados considerando el sistema de precios (Polanyi, 2015).

En tal sentido, el carácter empírico (en relación al aspecto real) pretendió explicar que la economía del ser humano está constituida por instituciones tanto económicas (con mercado e intercambio) como extra-económicas (sin mercado, considerando la reciprocidad y la redistribución) integradas mutuamente (*ibid.*). Así, estos aspectos se muestran en las actividades comerciales de las personas y su contexto social dentro los sistemas económicos (Polanyi, 1992). Estos a su vez estarían reguladas por el mercado ejerciendo un ámbito de intercambio, donde el dinero (medio) y el comercio (forma) estarían funcionales a los bienes y productos (Polanyi, 2015).

Estas consideraciones pueden ser válidas dentro el entramado de la Feria 16 de julio en la construcción de estrategias laborales de los comerciantes, porque en la misma se percibe el carácter relacional al aspecto formal y real. Es decir, en los comerciantes el aspecto lógico o formal se enmarca entre los medios y los fines que pueden ser relacionados con el espacio de trabajo, particularmente con el puesto de venta para satisfacer sus necesidades. Asimismo, el carácter real o empírico se establece mediante los conocimientos tácitos y las relaciones de reciprocidad que surgen en momentos de contingencia para fortalecer la actividad comercial y más en un escenario que aglomera a sectores populares como a residentes de origen rural.

### **2.1.1. La Antropología Económica influenciada por Karl Marx**

Posteriormente a los argumentos ya citados, desde la década de los 70, surge una ola de postulados europeos y norteamericanos, tales como los de Godelier (1974 y 1976), Chayanov (1974), Sahlins (1983), Meillassoux (1989) y Wolf (2005), entre otros; considerando el análisis marxista dentro la antropología. Estos consideraron agregar la reflexión sobre los modos de producción en los trabajos económicos tradicionales (Molina, 2004), intentando complementar los aportes del formalismo y del sustantivismo.

Por consiguiente, Godelier (1976) manifiesta que tanto el formalismo como el sustantivismo fueron insuficientes. Estos no analizaron la lógica invisible del modo de producción y la circulación de bienes, siendo ambos aspectos que se reflejan en sociedades convencionales como en sociedades primitivas o campesinas basadas en la producción familiar (Sahlins, 1983 y Wolf, 2005). Así, el aspecto productivo de bienes como de servicios pueden presentarse de múltiples modos y se manifiestan en las relaciones sociales (Godelier 1974 y 1976), las mismas pueden ser de parentesco, amistad y de grupo, como en el caso del comercio y sus estrategias de trabajo.

De esa manera, Godelier explica: “[s]i lo que produce, distribuye y consume depende de la naturaleza y de la jerarquía de las necesidades en el seno de una sociedad, la actividad económica está vinculada orgánicamente a las demás actividades, políticas, religiosas, culturales y familiares” (Godelier, 1974, p. 259). Es decir, toda producción implica la interacción entre las técnicas, las herramientas, los recursos y el trabajo del ser humano, cuyo producto podrá ser aprovechado socialmente. Asimismo, esas acciones están relacionadas con la racionalidad económica de agentes (empresario, trabajador y consumidor), mediante la elección de objetivos que determinan las finalidades (Godelier, 1974).

Es así que esta racionalidad es alcanzada de forma intencional o deseada mediante la utilización de medios que están a su alrededor, pero también de forma no intencional, siendo una acción en la cual los individuos adoptan los medios y fines para alcanzar su beneficio. No obstante, Godelier (1974) arguye que no existe una racionalidad absoluta y única, porque para unos una acción aparentemente puede ser racional, pero para otros puede ser contradictoria (*ibid.*); por eso debe existir un análisis en la estructura de la sociedad y de su razón de ser, en pos de evitar confusiones.

Es a partir de este postulado que se reflexiona con más ahínco la relación entre el ámbito productivo y los aspectos laborales, familiares, sociales, políticos, entre otros. Aquí los estudios tanto de Chayanov (1974) como de Sahlins (1983), basados en la organización y el parentesco, aportaron nuevas luces a las investigaciones de antropología económica. De manera que no solo establecen una economía limitada (Sahlins, 1983) de subsistencia y satisfacción de necesidades (Chayanov, 1974), sino que también se genera un plus trabajo, siendo estas utilizadas en el aspecto social y político. Además, que en determinados periodos se transfiere la fuerza de trabajo a otros ámbitos (Meillassoux, 1989), como el sector urbano.

Por consiguiente, como señala Erick Wolf (2005), los movimientos de la fuerza laboral se movieron con mayor fuerza a partir de los siglos XIX y XX respectivamente. No obstante, esta situación ya ocurría desde la iniciación revolucionaria del viejo mundo, desde entonces ya se ocasiona el desarrollo local y las migraciones dentro la extensión europea; desde aquel tiempo ocurría ya la emigración de los europeos a tierras americanas, en algunos casos, en el marco de contratos laborales tanto en las minas como en las plantaciones tropicales (Wolf, 2005).

El expansionismo poblacional fue desbordante, al punto que ni la propia industria ni el Estado pudieron contenerlo. De tal forma, según Wolf (2005), se forman los nuevos trabajadores, insertándose en la industria o en el agro. Por consiguiente, y en el contexto del crecimiento del sector, fueron considerados como invasores con nuevos comportamientos que generaban problemas, colapso y caos (Golte & Adams, 1987). Los mismos son el resultado de múltiples vínculos y conexiones (Wolf, 2005) que establecen habilidades con el afán de protegerse ante amenazas externas, sean estas de índole gubernamental o industrial, ya que existe un control del trabajo por parte las instituciones mencionadas, pero las mismas no abarcan a todos los trabajadores (Roseberry, 1997).

En consecuencia, Roseberry (2014) explica que existen experiencias diferenciadas en el transcurso de la vida individual, relacionado con la desesperación, el progreso y la desigualdad que son condicionantes para la búsqueda de nuevas alternativas de subsistencia. De esa manera se presenta el aparato industrial por su adelanto y por el avance de los trabajadores. Así, van surgiendo paulatinamente nuevas formas de trabajo de carácter satisfactorio y de organización social (Roseberry, 2014).

En ese sentido, este autor, analiza la experiencia del campesinado venezolano y el auge de la producción cafetalera durante el siglo XIX que estaría relacionado a la unidad doméstica garantizando la supervivencia mediante la agricultura. Sin embargo, ya en el siglo XX, este sector entró en un ámbito de proletarización debido a la influencia petrolera, llamando la atención a propios y a extraños, incidiendo en los desplazamientos hacia las ciudades, de modo que los campesinos, en sus primeras experiencias en la urbe, se vieron forzados a buscar refugios entre parientes a efecto de las dificultades que enfrentan (*ibid.*).

Los refugios estaban enfocados en brindar alimentación y techo, los cuales eran aprovechados bajo el grado de parentesco mediante la consanguineidad lineal (vínculos entre padres e hijos, abuelos y nietos) o colateral (entre hermanos, primos, sobrinos y tíos), como también ritual o de compadrazgo. Estos vínculos permiten tener un cierto grado de asistencia, generosidad y solidaridad para con sus allegados, generando formas de colaboración (Spedding, 2003). De esa manera, estos actos son considerados para establecerse dentro el entramado de la urbe.

Además, al insertarse en la ciudad, dificultosamente se accede de modo directo a un trabajo industrial, por ello mayormente se establecen en el sector comercial, transporte, construcción o en otros ámbitos, formando así a los denominados “otros” (Roseberry, 2014).

Esto dio paso a connotaciones relacionadas al “progreso” o al afán de “civilizarse” con aspiraciones educativas y económicas (Albó, Sandoval, & Graves, 2016), asociadas a las posturas desarrollistas que fueron planteadas en la segunda mitad del siglo XX, bajo la dicotomía centro-periferia, desarrollo-subdesarrollo.

### **2.1.2. La Antropología Económica y las teorías del desarrollo**

El desarrollo surgió luego de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Fue impulsado por las políticas de Estados Unidos y Europa, dirigidas a generar un cambio estructural global enfocado en la tendencia del crecimiento, el cambio y el subdesarrollo (Sunkel, 1973). El subdesarrollo es relacionado con los países del “Tercer Mundo”, como ser aquellos de Asia, África y Latinoamérica que están considerados como pobres y estancados en el atraso (Escobar, 2007).

No obstante, el discurso planteado en aras de alcanzar el desarrollo generó brechas entre los países de centro (desarrollados) y los de la periferia (subdesarrollados), puesto que los segundos dependían de los primeros, a razón de las relaciones económicas basadas en la exportación de materias primas.

Éste fue un problema central y demarcó las políticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), enfocadas en la industrialización nacional, basada en el presupuesto de la sustitución de importaciones por exportación, y orientadas en una expansión hacia afuera (Cardoso & Faletto, 1976). Algunos países participaron de esa transformación (México, Brasil y Chile, entre otros), sin embargo, otros quedaron al margen siendo dependientes de sus recursos.

Así, el discurso del desarrollo recae en una impostura según Serge Latouche (2007), constituyendo un engaño, puesto que en algunas sociedades anteriores al encuentro con occidente la concepción de “desarrollo” era irrelevante. De esta manera, las prácticas del

desarrollo son imposibles por las paradojas presentadas, tales como: la creación de necesidades basada en la escasez mediante la pobreza, generándose consecuentemente la presión del trabajo; la paradoja de la acumulación, producida mediante los ingresos que son desiguales; y la paradoja de la ecología del crecimiento, asentada en la guerra económica, siendo necesaria la búsqueda de otra alternativa (Latouche, 2007).

En suma, este presupuesto trajo consigo problemas de carácter global dentro del ámbito económico con la expansión de la pobreza y la exclusión de personas (Escobar, 2007), sumándose los aspectos de desigualdad (Wanderley, 2011), así como también la imposición de saberes en dirección al fracaso (Gudynas, 2017) y los conflictos socio-ambientales con la pérdida y agotamiento de recursos (Sachs, 1997). De esa manera el desarrollo recaería en una falacia implantada en las sociedades más vulnerables de la región de Asia, África y Latinoamérica.

Por otra parte, la antropología, desde sus inicios, enfoco la mirada en las sociedades tribales o primitivas, en un ámbito natural de características rurales, como por ejemplo en las sociedades andinas, quienes sostuvieron una dinámica económica muy propia, basadas en sistemas de organización y en redes comerciales (Langer, 2003), las cuales generaban interconexiones entre diferentes regiones de los Andes (puna, sierra y costa). Esto fue posible mediante el aprovechamiento topográfico y los microclimas en la región, generando una macro adaptación o también considerada como simbiosis interzonal (Condarco & Murra, 1987). Eso dio paso al aprovechamiento productivo, económico y sobre todo a la cohesión social, instaurando un aspecto de complementariedad en los Andes.

Así, la perspicacia del hombre andino conllevó a conectarse en diferentes espacios naturales, generando además el control vertical de un máximo de pisos ecológicos (Murra,

1975). Este control fue la combinación de la variabilidad productiva y la práctica de doble domicilio con residencia temporal, relacionado al calendario agrícola de la región (Harris, 1987; Platt, 2016). Asimismo, se consideró el trabajo familiar y extra familiar en torno a la reciprocidad y particularmente al *ayni* en base al intercambio de servicios entre las familias andinas que además están comprometidas con el proceso productivo (Platt, 2016).

De esa manera, se produjo el sustento económico en las sociedades andinas que permitieron su vivencia tanto en el periodo prehispánico, colonial e incluso republicano, donde forzaron una serie de estrategias andinas que se adaptaron a los cambios coyunturales en los diferentes momentos históricos (Harris, Larson, & Tandeter, 1987). Con la penetración del modelo económico europeo en la región, los pueblos andinos forzaron su participación en los procesos mercantiles bajo sus propios términos y en circunstancias posibles (Stern, 1987). Y, esto fue mediante la circulación de productos en un mismo territorio, enfocados en la subsistencia familiar, según las necesidades y las formas de circulación como el trueque, la generosidad y la venta, los cuales se fueron adaptando de forma flexible al mercado (Harris, 1987).

No obstante, ya a partir de la segunda mitad del siglo XX, la antropología se suma al prestar atención a la población que por causas diferenciales se establecían en los centros urbanos. Es así que estos personajes buscan nuevas alternativas y un establecimiento laboral con características estables o que intentan cotidianamente hacer frente a la situación en la que se encuentran. Por eso fueron surgiendo nuevos espacios y opciones en las ciudades para la población (migrante, sector popular, relocalizados, entre otros) que esperan tener mejores días.

Estas consideraciones calan hondo en el devenir de las personas, de manera que, según Susana Narotzky (2004), estos individuos se buscan los medios de vida o más exactamente una

conducta para ganarse la vida (Narotzky, 2015); que no simplemente puede darse en los contextos del trabajo asalariado, sino también en los espacios no convencionales, considerados desde la mirada moderna como “inadecuados” y “marginales”, donde las relaciones sociales, la confianza, el cuidado y las formas sociales de acción “pueden desarrollar complejas estrategias individuales y/o colectivas” (Narotzky & Besnier, 2020, p. 24), con la intención de buscar el bienestar de las personas en la vida cotidiana.

Por ello, existen formas de organización de las personas en busca de la materialidad mediante los procesos de subsistencia, los cuales de manera global pueden ser enfocados a partir de la reproducción social que es considerada desde el ámbito económico y social, siendo “el movimiento mediante el cual una realidad social histórica concreta establece las condiciones para su contenido y contiene transformaciones dentro los límites de una lógica dominante” (Narotzky, 2004, pp. 19-20). Éstas se dan mediante la experiencia, la conciencia y la capacidad en el entorno de las relaciones sociales y los procesos locales.

En consecuencia, las relaciones sociales son significativas para el bienestar de la vida diaria, puesto que conducen a transformaciones en la población desde las relaciones económicas. Esto en tanto que el aspecto económico puede ser considerado tanto dentro de la producción como en la reproducción de la vida en las personas. Las cuales pueden influir en la construcción de estrategias laborales en sectores asalariados y no asalariados de la economía.

Narotzky (2004) menciona al respecto: “creo útil restringir el alcance de lo “económico” a las relaciones sociales que participan en la producción y reproducción de la vida material, a través de la interacción organizada de los seres humanos y la naturaleza” (*ibid.*, p. 21). Dichas relaciones no pueden separarse porque existe una interconexión entre la producción, el intercambio y el consumo, los cuales permean más allá de la normalidad establecida.

Mediante su estudio en Cataluña, Narotzky (2004) hace valer el presupuesto anteriormente mencionado bajo la reflexión de las nuevas formas de organización económica, considera a la figura de “Productor Independiente”, las cuales establecen relaciones sociales dentro del capitalismo, abarcando distintas formas de trabajo; por eso no se encuentran bajo la relación mercantil en su totalidad, ya que simplemente están, en parte, dentro la esfera formal del mercado de trabajo.

Las relaciones sociales del capitalismo, según la autora, se dan mediante el modelo del distrito industrial, constituido por productores independientes de relaciones no jerárquicas y lazos socioculturales; mediante el modelo de japorización, considerando una cierta independencia laboral mediante responsabilidades; y por último por los medios de vida del sector informal en base a la experiencia laboral, la confianza, las oportunidades, la flexibilidad y las relaciones ajenas al mercado. Por ello:

*[E]l grado de necesidad que impulsa a las personas a establecer determinadas relaciones de trabajo/capital para ganarse la vida, y el grado en que pueden elegir entre diferentes formas alternativas de relaciones de trabajo/capital u otras estrategias para ganarse la vida.<sup>7</sup>*  
(Narotzky, 2004, p. 303)

Es decir, todos los trabajadores (asalariados y no asalariados) se encuentran en plena articulación entre la reproducción y producción, considerando la utilización de sus recursos para la formulación de estrategias de trabajo en aras de ganarse la vida. De modo que no solamente se desarrollan en un ámbito convencional (formal), sino que es perceptible y con mayor fuerza dentro las relaciones laborales no reguladas (informal), como en el caso de los comerciantes de la Feria 16 de julio en la ciudad de El Alto. Por eso, en el siguiente acápite, se abordará el aspecto de trabajo y las estrategias, además de la economía informal, para recaer en los debates de economía popular.

---

<sup>7</sup> Cursivas del texto original.

## **2.2. Estrategias de trabajo: algunas consideraciones teóricas**

El trabajo es considerado como una actividad de índole física e intelectual que es desarrollado por necesidad y por obligación (Palenzuela, 2002), en busca de un salario o de algún tipo de retribución. Por consiguiente, el ámbito laboral dentro el sistema ha sufrido una segmentación: por un lado, los trabajadores del sector primario que normalmente se encuentran en las instituciones públicas y privadas; y, por otro lado, los trabajadores del sector secundario de poca cualificación e inestable (Herranz, 2000).

Por los efectos inflacionarios y la crisis del sistema, se ha intentado implementar medidas de restauración económica (Molina, 2004), basadas en la flexibilización del trabajo y en el impulso tecnológico, que ocasiona un alto índice de desempleo y subempleo mostrando nuevas realidades (Rifkin, 1996), basadas en nuevas formas y estrategias con la esperanza de ganarse la vida (Narozky & Besnier, 2020), aplicando las estrategias de sobrevivencia, de forma de vida o el uso de las redes sociales que ayudan a las personas en busca de un refugio laboral. A continuación, se detallan estos aspectos.

### **2.2.1. El ámbito del trabajo y su reestructuración**

El estudio sobre el trabajo tiene una larga data de atención, por ello sus significados fueron mutando con el pasar del tiempo. Desde las épocas de los griegos y los romanos, el trabajo se diferenciaba y era solamente para las personas que no pertenecían a la clase noble, siendo considerado como un sufrimiento o una desgracia (De la Garza, 2000). Ya en la tradición cristiana el trabajo fue relacionado con el despojo del ansiado paraíso o la expulsión del mismo, puesto que todo trabajo sería considerado “costoso y sacrificador” (Palenzuela, 1995).

Con la implementación del liberalismo, producto de la Revolución Industrial del siglo XVIII, se produjeron grandes transformaciones económicas, sociales, tecnológicas y culturales

(Medina-Vicent, 2014), enfocadas en la mecanización del trabajo y la automatización (Castells, 2000). A mediados del siglo XIX, los obreros buscaron sus reivindicaciones como trabajadores, poniendo énfasis, de esa forma, al trabajo en las concepciones económicas, enfatizando la libre oferta y demanda del mercado laboral mediante la lógica del empleado juntamente con la organización de sindicatos (De la Garza, 2000).

En la segunda mitad del siglo XX, el liberalismo ingresa en crisis por el ascenso de la inflación, juntamente con el desempleo y sus repercusiones globales (Harvey, 2007). Así, el neoliberalismo<sup>8</sup> entra en escena e intenta establecer formas de ajuste y reestructuración en los aspectos ya mencionados, implementando maneras de flexibilización (que ya anteriormente se estaban dando) para el ámbito laboral. Por consiguiente, se puede pensar al trabajo de la siguiente manera:

El trabajo es considerado como la actividad que transforma de manera consciente a la naturaleza y al hombre mismo, independientemente de cómo sea valorado por la sociedad; sería el medio de creación de la riqueza material o inmaterial y de hacerla circular. (De la Garza, 2000, p. 16)

La objetividad que plantea esta definición se debe al componente de riqueza, que no solo puede ser de índole material. Asimismo, puede ser considerado mediante múltiples comprensiones sociales y culturales. Es decir, conscientemente el hombre realiza la actividad empleando su fuerza de trabajo y el fruto, o la satisfacción, del trabajo realizado será compensado en términos materiales (dinero) o inmateriales (felicidad por la acción realizada).

No obstante, dentro el ámbito de trabajo existe una segmentación o trabajos divididos, los cuales están caracterizados en primarios y secundarios. Los primeros son conocidos como

---

<sup>8</sup> Ya por la década de 1960 empieza la crisis fiscal en los Estados a nivel global con el aumento de los gastos sociales, el desempleo y la inflación, ocasionando el estancamiento económico. En tal sentido se buscaron nuevas alternativas al sistema. Así, se aplicó el neoliberalismo que es: “[U]na teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercio” (Harvey, 2007, p. 6).

“trabajos de cuello blanco”, quienes comprenden a los grandes inversionistas empresariales y personajes de la esfera pública, y los segundos son conocidos como “trabajadores de cuello azul”, que están conformados por los obreros, los sindicalistas, los profesionales, los oficinistas, los estudiantes, los pobres, etcétera (Gordon, Edwards, & Reich, 1986).

Esta segmentación no puede ser entendida sin el mercado de trabajo, porque en el interior existen unas cualidades y especializaciones de roles donde se establecen normas de control, negociación y en algunos casos incentivos, que son promovidos por los empleadores para el mejor rendimiento del trabajador, siendo las mismas posturas postindustriales. Esto se dio como una medida de reorganización del capitalismo, enfocadas en la reindustrialización y la reestructuración económica (Molina, 2004).

Según Enrique de la Garza (2000), estas medidas ocurrieron mediante las políticas de reestructuración y de ajuste productivo, propiciado por el neoliberalismo, en busca de combatir la inflación mediante la acción directa del libre mercado. En suma, fueron adoptadas por las riendas del empresariado a causa de la poca o la escasa inversión del aparato estatal, las cuales fueron encausadas en la flexibilidad del trabajo.

Las causas de esas medidas ocasionaron en primera instancia la *flexibilidad del mercado de trabajo*, dejando al mercado para la asignación de empleo y reduciendo las dificultades mediante un trabajo retribuido y no gratuito. En segunda instancia, provocaron la *especialización flexible*, considerada también como *posfordismo*, donde existe una regulación tanto del producto y del consumo en función a los periodos de estabilidad y de crisis. En tercera instancia, generaron la *flexibilidad del toyotismo*, basado en la flexibilidad interna; se concibe la idea de trabajo grupal, primando los valores y las acciones en comunidad (De la Garza, 2000). Mediante la referencia anterior se puede considerar la siguiente definición:

[L]a flexibilidad del trabajo como forma sería la capacidad de la gerencia de ajustar el empleo, el uso de la fuerza de trabajo en el proceso productivo y el salario a las condiciones cambiantes de la producción, pero esta forma puede tener varios contenidos según las concepciones que estén detrás, y sobre todo de las interacciones entre los actores, instituciones, normas y culturas dentro y fuera del trabajo. (De la Garza, 2000, p. 162)

Los aspectos mencionados se direccionan a un trabajo de índole convencional, sea desde la empresa pública o la empresa privada, dirigiendo a los empleados quienes de alguna u otra forma son parte de ese entorno, de modo que desarrollan los aspectos de la flexibilidad a modo de estrategia. No obstante, existen líneas alternativas del trabajo en la sociedad que pueden considerar aspectos convencionales como los considerados “fuera del mercado”. Esto en tanto que en los últimos tiempos se producen nuevos escenarios de trabajo apreciados por el sector informal que dan lugar a un cambio estructural de forma irreversible (Pahl, 1999) y buscan sus propias estrategias de formas de vida, las cuales serán desarrollados en el siguiente acápite.

### **2.2.2. Las estrategias como acción en las formas de vida**

Al referirnos a “estrategia” normalmente se considera a una acción frente a ciertas circunstancias y personas que surgen en situaciones no concertadas. Se entiende como un plan de acción y se puede definir de la siguiente manera:

Toda estrategia es “un plan de acción”. Es decir, un conjunto de procesos de toma de decisión orientados hacia la obtención de un fin que se presume real, posible y ventajoso; en relación tanto con las constricciones externas, como a los instrumentos con los que se cuenta y con la evaluación previa del riesgo que comportan las decisiones. (Palenzuela, 2002, p. 28)

La estrategia se hace presente en el devenir de la persona, siendo considerada de múltiples formas en el desarrollo de actividades. No obstante, dentro el mundo empresarial, está relacionada a la organización y a la mirada al futuro, es decir en el marco de un proceso formal y planificado en busca de objetivos para alcanzar las metas planteadas (Martínez, 2014). Por eso es calificada bajo un desempeño superior junto a la distinción en las actividades para la competencia (Porter, 2011).

Sin embargo, también las estrategias pueden ser consideradas en el diario vivir de las personas, más aún en circunstancias caóticas e inesperadas. Bajo esta percepción, la ciencia social en Latinoamérica, desde la segunda mitad del siglo XX, puso énfasis en la narrativa de las estrategias, tanto de sobrevivencia, familiares de vida como de redes sociales. Y fueron orientadas desde el seno familiar o la unidad doméstica, las cuales estuvieron relacionadas con aspectos de marginalidad y pobreza.

#### **2.2.2.1. Estrategias de sobrevivencia**

Las estrategias de sobrevivencia tuvieron su cometido desde la biología en las diferentes especies y en la persistencia por sobrevivir, así también en el evolucionismo (Sánchez, 1984), en los comportamientos y en la adaptación de las personas (Escudero, 2016). Luego, en el plano social, se dieron aportes, considerando a la familia como unidad de análisis y en aquellas de bajos recursos que enfrentan la pobreza. Por eso algunas familias recurren a las actividades de cuenta propia con todos sus miembros; desde los padres, los hijos mayores e incluso los niños colaboran con los ingresos (Duque & Pastrana, 1973).

En consecuencia, se efectúan los procesos reductivos de gastos innecesarios, direccionados a la disminución del consumo y los hábitos alimentarios (Molina M., 2006). Además, se tiene en cuenta la optimización de la relación generado por los ingresos y los egresos económicos (Sáenz & Di Paula, 1981). De ahí que exista una variabilidad en las familias y también una complejidad en la adquisición de sus necesidades por las restricciones del sistema, de forma que se sitúa a la persona en un estado de contingencia (Moquel & Moreno, 2005).

Omar Arguello (1981) considera que este presupuesto fue enfocado en el fenómeno de las migraciones por las acciones y el desborde generado en el ámbito urbano. Al no poder insertarse dentro el mercado laboral, estas familias llegan a formar un “ejército de reserva” que

se moviliza ante la contingencia del consumo. Estas estrategias se orientan mayormente en la supervivencia económica y material, en el contexto de los intereses de la propia familia y puede definirse de la siguiente manera:

[L]as “estrategias de supervivencia” como el conjunto de acciones económicas, sociales, culturales y demográficos que realizan los estratos poblacionales que no poseen medios de producción suficientes ni se incorporan plenamente al mercado de trabajo, por lo que no obtienen de los mismos sus ingresos regulares para mantener su existencia en el nivel socialmente determinado, dadas las insuficiencias estructurales del estilo de desarrollo predominante. (Arguello, 1981, p. 196)

Ya Teófilo Altamirano (1988), en el marco de su estudio sobre la sobrevivencia y los satisfactores urbanos en migrantes, refiere a la capacidad y la autonomía de estos sectores mediante su organización para hacer frente al mundo urbano. Esto bajo las estrategias de carácter colectivo que se enfocan mediante las relaciones interfamiliares, de vecindad y de clubes provincianos. Asimismo, las estrategias de carácter familiar se relacionan con el parentesco y el curanderismo o también considerando las relaciones sociales tradicionales (Adler de Lomnitz, 1991).

Por su propio estilo de vida, estas personas se concentran en buscar y generar fuentes laborales en la informalidad dentro las actividades del transporte, construcción, comercio, entre otras que ofrece el sector urbano (Altamirano, 1988). Las cuales llegan a proporcionarse mediante el arraigo y la pertenencia a una sociedad específica, sea familiar o comunal. Además, con el aprovechamiento de la fidelidad se llega a brindar espacios laborales; como por ejemplo en la subcontratación de pequeñas unidades de producción (Narotzky, 2001), y en su gran mayoría siempre están relacionadas con el lugar de origen (Albó, Sandoval, & Graves, 2016).

Según las manifestaciones reflejadas hasta este punto, el postulado de las estrategias de sobrevivencia estaría enfocado al aspecto material de la reproducción social, poniendo atención en la clase explotada, marginada y asociada a la pobreza. Mediante la dinámica social que se

genera, se busca redefinir este aspecto para un alcance más general de las personas. Es por ello que se van estableciendo concepciones, tales como las estrategias familiares de vida, tema que será desarrollado a continuación.

#### **2.2.2.2. Estrategias familiares de vida**

Según Susana Torrado (2006), en la unidad doméstica se producen interacciones continuas y permanentes que buscan asegurar su reproducción biológica, social y sus prácticas para la conservación de la vida, tanto en condiciones materiales como inmateriales. Esto debe darse mediante la convivencia y el comportamiento de una misma unidad con los miembros de unión parental, así están vinculados al consumo y comparten los gastos comunes necesarios.

Al mismo tiempo existen condicionantes que guían a la unidad familiar, mediante la motivación individual y las metas grupales de la familia o el proyecto en común. Además, se enfocan en la cooperación y la toma de disposiciones que aportan a las estrategias de vida (Torrado, 1981), e incluyen el comportamiento relacionado al ámbito socioeconómico (Molina M., 2006). Por consiguiente, la “estrategia familiar de vida” puede definirse como:

[A]quellos comportamientos de los agentes sociales de una sociedad dada que –estando condicionados por su posición social (o sea por su pertenencia a determinada clase o estrato social)– se relacionan con la constitución y mantenimiento de unidades familiares (UF) en el seno de las cuales pueden asegurar su reproducción biológica, preservar la vida y desarrollar todas aquellas prácticas económicas y no económicas, indispensables para la optimización de las condiciones materiales y no materiales de existencia de la unidad y de cada uno de sus miembros. (Torrado, 2006, p. 17)

Estas estrategias son creadas de forma independiente y presentan un relacionamiento con las clases sociales y los hogares (Vázquez, 2018). Por consiguiente, los comportamientos que se manifiestan van relacionados con la preservación de la vida, la división familiar del trabajo, la migración laboral y la organización del consumo, que son dimensiones que se interrelacionan con otros comportamientos (Arguello, 1981); de modo que el manejo racional, en ciertos fines,

es operado con relativa autonomía para la interrelación en las decisiones (Torrado, 2006) y la mayoría considera a las redes sociales como se desarrolla seguidamente.

### **2.2.2.3. Estrategia de las redes sociales**

Las redes sociales normalmente prestan atención a las familias nucleares y en la inserción del mercado de trabajo en contextos urbanos. También se las considera como un medio de resistencia, basado en el intercambio de la institución tradicional, fortaleciendo su ayuda mutua. Estos estudios se iniciaron en el siglo pasado, a partir los años 30, tanto en Harvard como en Chicago, pero ya a mediados del siglo XX la Escuela de Manchester consideró este aspecto influenciado por los fenómenos migratorios.

La Escuela de Manchester enfatizó los postulados en antropología relacionados a los estudios urbanos y las “redes sociales”, prestando especial atención a la vida cotidiana y sus nexos sociales (Rodas, 2011). Tal es el caso de John Barnes (1954), quien utiliza el término “red” como metáfora para describir una comunidad de pescadores en Bremnes. Este autor analizó el sistema territorial de los pescadores que funcionaba de manera estructural y en coordinación con sus unidades (doméstica, casería, aldea), comparándola con la industria pesquera, los cuales eran independientes y cuyas unidades eran barcos, pesqueros, tripulantes, entre otros.

Así se instaló la idea de “red”, basándose en el análisis de parentesco, amistad y conocidos (Reynoso, 2011), definiéndola de la siguiente manera:

La imagen que tengo es la de un conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son gente, o a veces grupos, y las líneas indican que la gente interactúa unas con otras. Podemos, por supuesto, pensar que la totalidad de la vida social genera una red de esta clase. Para nuestros fines actuales, sin embargo, quiero considerar, hablando en general, la parte de la red total que queda cuando retiramos las agrupaciones y cadenas de interacción que pertenecen estrictamente a los sistemas territorial e industrial. (Barnes 1954: 43, citado en *ibíd.*, p. 105)

En efecto, Barnes bajo esta afirmación conceptual, pretende explicar que las relaciones personales ejercen influencia en sociedades complejas y generan vínculos a manera de una red (Molina, 2001). Estos vínculos por el grado de relacionamiento se van fortaleciendo tanto entre las personas como en los grupos sociales. Así se va construyendo un encadenamiento de interacción entre unos con otros bajo el parentesco y la amistad.

Del mismo modo, Elizabeth Bott (1990) presta atención a las familias londinenses de distintos estatus socioeconómicos (obreros, semi profesional y profesional). La idea que plantea Bott se da en función a las relaciones conyugales, instaurando el término “rol” que “está formado por aquellos aspectos de una relación que suponen expectativas recíprocas de comportamiento de una persona respecto a otra” (Bott, 1990, p. 37); construyendo así las conectividades entre los cónyuges y los demás actores de la red (Requena, 1989).

Los estudios de redes sociales formulan la explicación de las relaciones sociales, sus vínculos y sus características principales relacionadas con el intercambio, la confianza, la flexibilidad y la lealtad entre individuos (Adler de Lomnitz, 1991). Asimismo, se forma un sistema de aspecto informal similar a la economía de mercado. También aprovechan los recursos sociales en base al intercambio de semejantes, así generan seguridad social para las familias y el modo de subsistencia mediante la reproducción de la red (Adler de Lomnitz, 1992).

En efecto, dentro los contextos urbanos, las familias tanto marginales y de clase media se encuentran ancladas mediante las relaciones sociales y los lazos de compadrazgo (Adler de Lomnitz, 2012). Estos lazos en vez de disolverse se van reforzando y se generan vínculos de características horizontales y verticales; siendo el compadrazgo un sistema de intercambio, compartiendo una modalidad de ayuda ligada a los principios del “hoy cuento con tu ayuda y mañana cuentas con la mía”, instituyendo un relacionamiento personal (*ibíd.*). Además, se va

estableciendo la ayuda mutua mediante cadenas relacionales que facilitan el ingreso al mercado de trabajo (Requena, 1991).

Por otro lado, las redes sociales son un instrumento preponderante para la articulación de economías, tanto de carácter rural como urbano, que genera una maximización de oportunidades y expansionismo (Tassi, 2012). Así, instauran alianzas en localidades (permiten el control en las fronteras) que, mediante sus recursos económicos y sociales, generan los espacios trans-locales (entablan redes con actores de economías globales). Al mismo tiempo, siendo las redes las encargadas de generar lealtades y de tejer lazos de más larga trayectoria (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013), van creando vínculos entre las personas que la conforman y que son parte de la misma (Canaviri, 2015).

En vista a las referencias mencionadas hasta este punto, tanto las estrategias de sobrevivencia, las estrategias de familia y de redes sociales, las mismas son consideradas, utilizadas y desarrolladas por gran parte de la sociedad. Asimismo, las personas diariamente recurren a estas esferas de mayor intensidad en el mercado de trabajo y muy particularmente en el escenario del sector informal, como en el caso de los comerciantes en la Feria 16 de julio de la ciudad de El Alto, quienes emplean las características descritas en sus estrategias de trabajo. A continuación, se abordará el aspecto de la informalidad, donde regularmente gran cantidad de personas se ven inmersas en el sector.

### **2.2.3. De la “informalidad” a la “economía popular”**

Con la implementación del neoliberalismo y la apertura de fronteras hacia los mercados se consolidó la libertad empresarial y comercial (Harvey, 2007), al mismo tiempo se dio el incremento poblacional en la urbe, como también la poca capacidad de absorción laboral en la esfera pública y privada. Así surgieron nuevos escenarios de trabajo, tales como el “sector

informal” de la economía, concebido en su génesis como un ámbito de sobrevivencia por la poca capacidad organizativa y marginal. Con el tiempo, este sector fue mostrando sus capacidades y sus articulaciones, buscando nuevos horizontes con sus propias reglas; es en ese sentido que se empezó a manifestar la “economía popular” (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013). Seguidamente se pondrá énfasis en los aspectos generales que conllevan tales proposiciones.

### **2.2.3.1. El sector informal como alternativa de oportunidades**

La denominación “sector informal” se origina conceptualmente en el estudio etnográfico de Keith Hart (1973) (Larrazábal, 1988; Tassi & Canedo, 2019), quien presta atención a los inmigrantes de Ghana en el oeste de África, por la condición social en la que se encuentran los trabajadores, quienes son mal pagados, de ocupaciones limitadas y quienes de acuerdo a su experiencia se desenvuelven en su trabajo. Asimismo, buscan una salida o alternativa para incrementar sus ingresos mediante los trabajos por cuenta propia.

Por consiguiente, estos trabajos son asumidos por personas no asalariadas o desempleadas y en ciertas circunstancias se insertan en el pluriempleo,<sup>9</sup> donde forjan sus capacidades de carácter autónomo estableciendo ingresos dentro los inmigrantes (Hart, 1973). Así, ante la creación de oportunidades mediante empleos por cuenta propia se van consolidando los trabajos de carácter legítimo e ilegítimo<sup>10</sup> dentro el escenario urbano.

---

<sup>9</sup> El pluriempleo consiste en tener más de un empleo a la vez, entendido también como la duplicación de turnos de trabajo o la realización de trabajos extras fuera del horario establecido.

<sup>10</sup> El empleo legítimo considera: a) actividades primarias y secundarias como la agricultura, a los artesanos por cuenta propia, sastres, zapateros, etcétera; b) las empresas terciarias como la vivienda, el transporte, los servicios públicos y las actividades rentistas; c) la distribución en pequeña escala como ser: comerciantes, vendedores ambulantes, etcétera; y d) otros servicios como ser: músicos, fotógrafos, limpia botas, etcétera. Por otro lado, en el empleo ilegítimo se encuentran servicios como el de estafadores, vividores, tráfico de drogas, prostitución; y b) también dentro las transferencias como ser el hurto menor o los robos (Hart, 1973).

De este modo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC) coinciden en el término propuesto por Hart (1973), incluyendo a “todas las actividades generadoras de ingresos no reguladas por el Estado en entornos sociales en que sí están reguladas actividades similares” (Castells y Portes, 1989, p. 12., citado en Portes & Haller, 2004). Además, notaron una variabilidad de actividades que eran producto de la marginalidad y la sobrevivencia (OIT, 2013).

Al mismo tiempo, el incremento del sector informal se debe al bajo relacionamiento de la producción con el capital, pero, además, al crecimiento neoliberal que fue potenciando solo a las empresas y desamparando a los trabajadores informales. También se debe a las fuerzas modernizadoras que fueron importadas del extranjero y la escasa estructura ante el crecimiento de la fuerza de trabajo (Tokman, 1987b) que se manifiesta heterogéneamente, no solo por la actividad, sino también en los ingresos y la forma de organización de la informalidad (Tokman, 1987a).

Hernando de Soto (1987) hace referencia a los aspectos generales de la informalidad en el Perú (vivienda, comercio y transporte), donde refleja las grandes pericias que un comerciante informal pasa antes de ser parte de la economía formal. Gracias a las brechas generadas por las normativas legales estatales, muchos de los interesados prefieren no formalizarse y continuar con sus actividades e iniciativas propias, siendo un paliativo para los países subdesarrollados.

En la coyuntura nacional boliviana también se ha considerado el fenómeno de la “informalidad” como un escape ante la estructura económica recesiva y excluyente. La principal característica con la que se presenta es la heterogeneidad interna, que obtiene sus ingresos con fines de sobrevivencia, que tiene el apoyo familiar y que su lógica de acumulación económica

es escasa o nula, imposibilitando su inserción hacia el sector de la economía moderna (CEDLA-FLACSO, 1988).

El Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA) maneja ciertos criterios de división de la actividad económica en el mercado de trabajo. En primera instancia, percibe al sector moderno y formal, relacionado con el aparato estatal y empresarial, por las características que presentan; y en segunda instancia, al sector rezagado o informal, semi-empresarial y familiar (Escobar de Pabón & Guaygua, 2008). El sector rezagado o informal comprende las siguientes categorías de trabajo ocupacional: a) los patrones semi-empresariales, b) los asalariados de las semi-empresas (ambas pertenecen al sector semi-empresarial); c) los trabajadores por cuenta propia o independientes; y d) los aprendices o familiares no remunerados que normalmente ayudan a sus familiares (ambas pertenecen al sector familiar) (Carboneto, 1987 y Casanovas, 1988).

En efecto, el sector semi-empresarial se determina por emplear entre uno y cinco trabajadores que normalmente pertenecen a la unidad familiar o son parte de sus redes de parentesco brindando cobijo laboral. Por otro lado, los trabajadores por cuenta propia o de trabajo unipersonal, tienden a actuar de modo múltiple en la actividad que desarrollan (Rivera, 2002), de manera que en situaciones consideran el pluriempleo (Hart, 1973). Asimismo, las actividades del sector familiar, en su mayoría, se encuentran en el comercio, los servicios y la manufactura (Casanovas, 1988), los cuales concentran una escasa división del trabajo (Casanovas & Escobar de Pabón, 1988) y la ocupación de espacios físicos son utilizados bajo su propio interés y lógica (Ardaya, 1988).

La informalidad, lejos de ser un problema para el Estado por su actuar al margen de la ley, es una respuesta coyuntural de la población contra el sistema (De Soto, 1987). No todo es

malo dentro este sector, también existen actividades que aportan a las familias mejorando su calidad de vida (Doria Medina, 1986). De esta forma se fueron realizando mediciones estadísticas al sector en aras de establecer las maneras de empleos de los mismos.

Esta medición fue llevada a cabo por la Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET)<sup>11</sup> para tener certeza y mayor detalle sobre las actividades informales practicadas por los agentes. Es en esa medida que se empezaron a realizar estudios más profundos sobre la “economía informal” y como empezaron a surgir las llamadas “economías populares” (Gago, Cielo, & Gachet, 2018), reflejadas en las actividades y sus realidades del sector que se establecen dentro las diferentes urbes. A continuación, se pone atención en ese presupuesto.

### **2.2.3.2. Características de la economía popular y sus consideraciones teóricas**

El motivo de búsqueda de nuevas alternativas fue producto del proceso de desarrollo inconcluso, la incapacidad de industrialización y la poca generación de empleos. Esto se dio mediante el logro de formas económicas propias (Strobele, 1993) que buscan nuevos horizontes y definen sus propias reglas del juego (Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015). Las cuales causan un desborde hacia nuevos espacios (Matos, 1986) que no necesariamente se organizan bajo la lógica del capital, más al contrario presentan sus propias características, considerando aspectos de comunidad y principalmente en base a la reciprocidad<sup>12</sup> (Quijano, 1998).

---

<sup>11</sup> La Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), en 2003, presentó su informe referente al acopio de datos y estadísticas nacionales relacionadas al trabajo; para la medición del sector informal, que ya lejos de ser solo un sector abarca a todo el ámbito económico. Además, esta instancia pone en manifiesto el empleo informal, “la OIT utiliza el término ‘economía informal’ que incluye el sector informal, así como el empleo informal” (CIET, 2003, p. 14). De esa manera, el empleo informal considera a los trabajadores por cuenta propia, empleadores que son dueños de su actividad, trabajadores familiares, cooperativas del sector informal.

<sup>12</sup> Aníbal Quijano refleja que la reciprocidad debe ser entendida como relación social y la comunidad como un ente organizador del trabajo, las mismas están en relación al comportamiento que se establece en la urbe dentro los nuevos tiempos.

Las características que presentan estos sectores se despliegan mediante la iniciativa individual (Coraggio, 2004) y consideran los siguientes aspectos: la utilización del trabajo familiar, el bajo relacionamiento con el capital, la creatividad y la flexibilidad, entre otros. Tienen una forma organizativa muy particular, especialmente en los organismos gremiales, quienes en circunstancias inesperadas defienden a los propios vendedores y también son conocidos como “organizaciones económicas populares” (Quijano, 1998).

En el trabajo, las unidades económicas populares se relacionan unas con otras mediante: a) el espacio (puede ser una casa, la Feria, el puesto de venta, un quiosco, etcétera), b) la rama (tipo de actividad), c) las relaciones laborales (mediante el trabajo independiente, entre familiares o por cuenta propia) y d) la forma legal (algunas unidades económicas en momentos son parte de asociaciones o cooperativas) (Grabois & Pérsico, 2017). Según la actividad que se realiza, son ofrecidas en el área de trabajo, sea en el barrio, en una Feria o en un ambiente propicio para la persona. Por consiguiente, se considera la siguiente definición:

La economía popular realmente existente, negada o relegada con adjetivos como “subterránea”, “negra”, “informal”, “ilegal”, etc., siempre existió, pero se ha hinchado por la persistencia y gravedad de la crisis, y se orienta cada vez más a la sobrevivencia. Como espacio de las iniciativas individuales, puede ser de feroz competencia por un lugar, por un recurso, por un favor. Objetivamente, el llamado “sector informal urbano” ha llegado a sus límites dinámicos, perdió eficacia, dejó de ser refugio ante la insuficiencia dinámica de un mercado “formal” que antes permitía intersticios y derramaba ingresos desde las clases medias, algo que ya no ocurre. (Coraggio, 2004, p. 311)

La ampliación del sector se dio mediante el accionar empírico que fue producto de la toma de quehaceres tanto de índole individual como grupal. También estos actores se mueven y se desempeñan laboralmente al margen de las normas establecidas por el Estado y por el sector privado. Además, cuentan con una legitimidad que históricamente siempre fue invisibilizada, negada y tachada como el impedimento hacia el progreso del aparato estatal (Tassi, 2012).

En tal contexto, logran controlar el comercio dentro los mercados mediante acuerdos informales y sus extensas redes que constantemente son fortalecidas en sus dinámicas propias (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013), considerando la capacidad transformadora y el relacionamiento del territorio, bajo iniciativas reflejadas en los conocimientos tácitos. De tal manera, van creando una institucionalidad adecuada y un encadenamiento que no solo es a nivel local, más al contrario, sobrepasa las fronteras. En esa medida se van estableciendo y fortaleciendo las redes sociales con lazos entre semejantes.

Así se llegan a instaurar articulaciones en varias regiones y territorios que son desentendidos por las políticas estatales. Adicionalmente, al estar enraizados a sus vínculos sociales entre familias, paisanos y con personas del mismo gremio, acceden a establecer relaciones de confianza para fortalecer sus estrategias económicas, mediante la movilidad geográfica con la comercialización de productos (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015).

Por ello, se puede establecer el siguiente aspecto:

La capacidad de estos actores de fundamentarse en recursos, prácticas y conocimientos propios, sin necesariamente conformarse a las lógicas y narrativas impuestas de la modernidad y del desarrollo les permite, primero anclar sus modalidades de operación en la realidad local y, segundo, delinear un sistema externo y autonormado de actores encadenados que opera fuera del radar de la ley, pero conforme a sus códigos y normas y con amplia legitimidad popular. (Tassi & Canedo, 2018, pp. 263-264)

Las modalidades económicas de expansión y operación que están ancladas en sus prácticas, sus normas y sus organizaciones propias dan paso a establecer una autonomía particular dentro la economía de mercado. Estas dinámicas comerciales permiten los establecimientos en puestos callejeros, en las tiendas y en galerías, los cuales van forjando el funcionamiento de mercados más amplios que se extienden más allá de los círculos comerciales, tanto de manera horizontal (en el mismo gremio) como vertical (en relación a empresas grandes y multinacionales) (Müller, 2015 y 2017; López, 2018).

Sin embargo, el comercio no solo es desarrollado por los emprendedores exitosos que cuentan con un ampuloso capital y que generan una interconectividad de actividades entre regiones del territorio e incluso hasta fuera del mismo como los autores descritos reflejaron. También en el sector se aprecia a personas calificadas como cuenta propistas o minoristas, que muestran otros factores a considerar en el debate de la economía popular. Asimismo, adoptan y construyen estrategias en el devenir de sus actividades, las cuales son desarrolladas particularmente en las distintas esferas del comercio.

Por tanto, dichos presupuestos de la economía popular son considerados en la investigación para analizar las estrategias de trabajo en los comerciantes minoristas de la Feria 16 de julio en la ciudad de El Alto, los cuales manejan una capacidad decisoria de recurrir a sus propias habilidades en busca de tener una vida mejor (Narotzky, 2015). Al mismo tiempo, en el trasfondo reflejan ser muy complejas por la infinidad de maniobras e independencia de rubros que presentan. Así, estas prácticas se evidencian en el sustento diario del comercio, siendo más notorios en circunstancias adversas y en acciones de lineamientos económicos de la realidad

En el siguiente capítulo se expondrán los aspectos metodológicos que guiaron la investigación, los cuales favorecieron tanto en la recolección de información como en el desarrollo analítico del estudio. Estas operaciones permitieron realizar la triangulación constante del trabajo de campo con los presupuestos teóricos. Sin más demora se pasa a exponer tales aspectos.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

Debido al tema investigado, que abarcó a los comerciantes minoristas o también considerados como cuenta-propistas dentro el aglomerado de la Feria 16 de julio, no se podía especular simplemente en datos numéricos. Más allá de las cifras del sector y mediante el interés por interpretar las formas de desenvolvimiento de los comerciantes en su ámbito laboral, se optó por un análisis cualitativo.

En ese entendido, se consideró los elementos de la economía popular, el comercio minorista y las estrategias de trabajo. Por consiguiente, desde el comienzo de la investigación, se manejó la delimitación como el método, las técnicas y los instrumentos necesarios para cumplir con los objetivos del estudio. A continuación, se pasará a exponer los detalles y la forma de abordaje de la investigación.

### **3.1. Delimitación de la investigación**

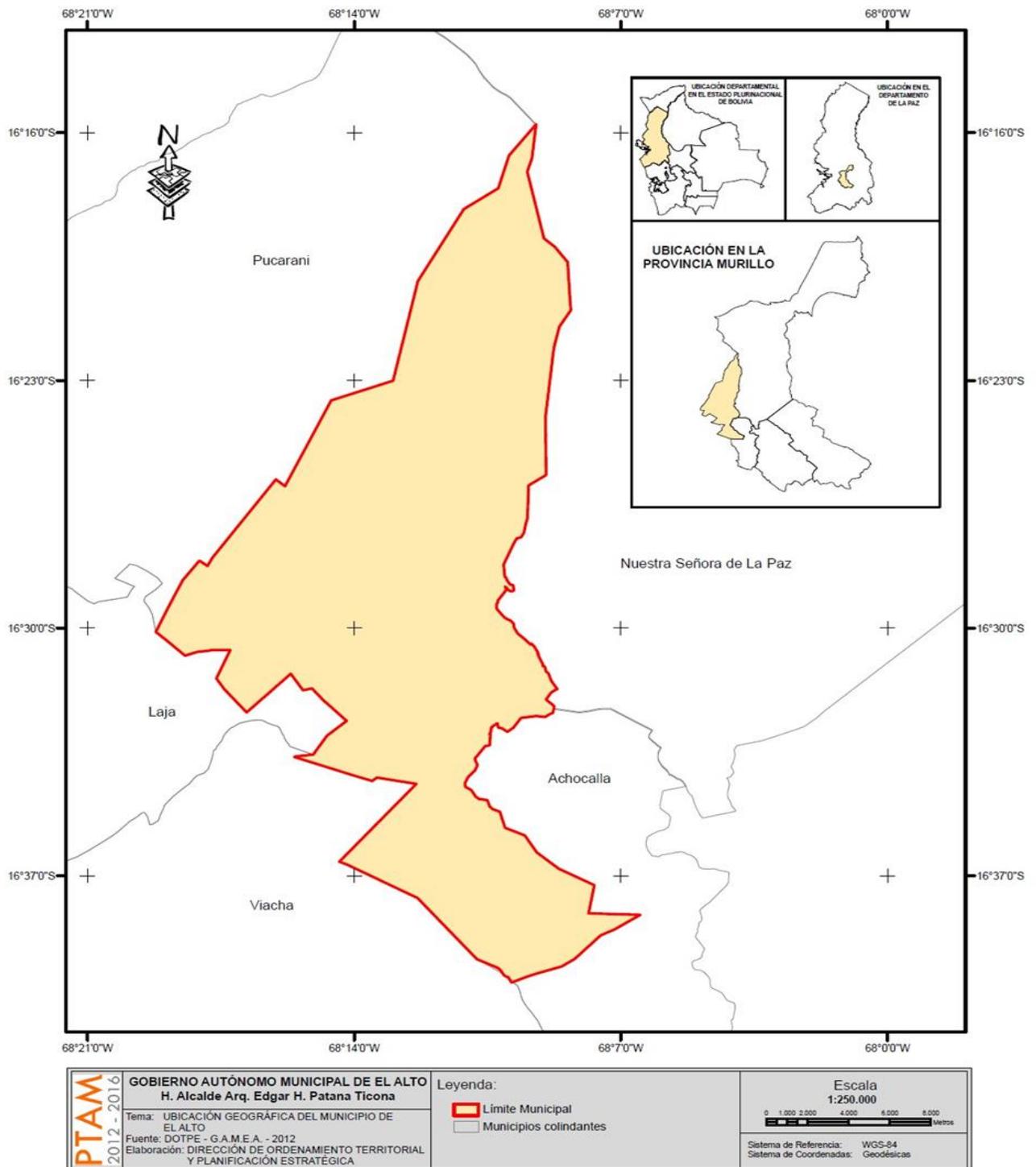
Esta investigación fue enfocada en un área de interés en concreto, ya que se hace imposible abarcar la Feria 16 de julio en la ciudad de El Alto en su conjunto. Por eso, estratégicamente, se realizó la ubicación geográfica juntamente con algunos datos poblacionales referente al estudio y paralelamente se planteó la ubicación temporal de la investigación. En las siguientes secciones pasamos a exponer ambos aspectos.

#### **3.1.1. Ubicación geográfica y poblacional**

La presente investigación se realizó en la Feria 16 de julio del Distrito 6 de la ciudad de El Alto (provincia Murillo, departamento de La Paz, Bolivia), ubicada a 4.100 metros sobre el nivel del mar, donde se aprecia el panorama de la cordillera occidental, en la cual relucen en su esplendor las cumbres del Huayna Potosí, Chacaltaya, Mururata y el imponente Illimani (Lazar, 2013). En la actualidad la urbe alteña se distribuye en 14 distritos municipales (G.A.M.E.A., 2014a) y

cuenta con una población aproximada de 933,050 habitantes (INE, 2019). Además, y bajo algunos apelativos que se le dan a la urbe de El Alto, también es conocida como “Ciudad Comercio”, esto debido a la expansión de ferias en su amplio territorio (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011), de esa manera se refleja la ubicación geográfica en la siguiente figura.

**Figura 1: Ubicación geográfica de la ciudad de El Alto**



**Fuente:** Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (2014b).

Una de las características principales de la ciudad de El Alto son sus ferias zonales, las mismas conforman cerca de 320 asociaciones (G.A.M.E.A., 2014b), siendo las más concurridas la Feria de la avenida Tiwanaku, de la 12 de octubre, del Puente Vela, la Feria Saxra Qhatu y la Feria

16 de julio. Esta última funciona dos días a la semana (jueves y domingo) en una extensión de 250 hectáreas. A ella acuden compradores y vendedores, llegando a la cifra de 50.000 asistentes, incrementándose en algunos momentos, a 100.000 personas (Rojas, 2016).

De todo el conglomerado de vendedores en la Feria, para esta investigación, se interactuó específicamente con los comerciantes de la Asociación de Comerciantes Minoristas en Artículos Varios Pascoe y Vecinos,<sup>13</sup> quienes son conocidos como vendedores de ropa americana y de artículos varios. En el interior de la misma se cuenta con 145 afiliados,<sup>14</sup> los cuales tienen sus patentes extendidas por el Gobierno Municipal de El Alto. Además, en la asociación se suman alrededor de 60 ambulantes,<sup>15</sup> quienes alquilan puestos para realizar sus ventas, y un número desconocido de ayudantes que apoyan a los comerciantes en sus actividades, de esa manera la ubicación geográfica específica del espacio de trabajo se refleja en la siguiente figura.

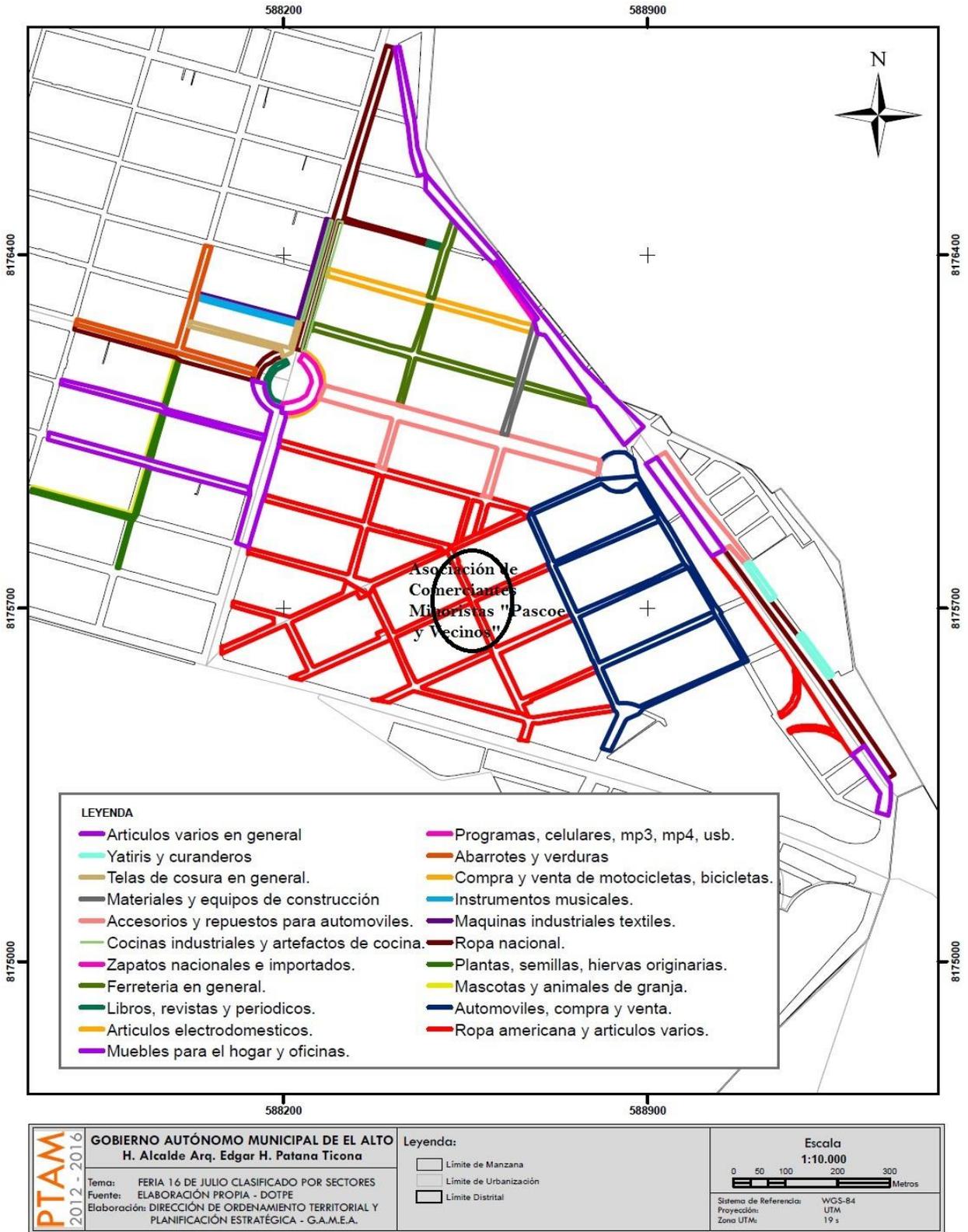
**Figura 2: Mapa de la Feria 16 de Julio y la Asociación Pascoe y Vecinos**

---

<sup>13</sup> Esta asociación se establece desde la gestión de 1998, ubicándose en la calle Pascoe, y su extensión va desde la calle Luis Torrez, Eulerth y la avenida Montaña. Se sitúa en la zona 16 de julio del distrito 6 de la ciudad de El Alto.

<sup>14</sup> Dato referido en base a la nómina oficial del testimonio de aprobación del Estatuto y Reglamento interno de la Asociación aprobado por el Gobierno Autónomo de La Paz en la gestión 2017.

<sup>15</sup> Al no existir un base de datos sobre los comerciantes ambulantes por la constante movilidad que tienen. En comunicación directa con doña Benita, quien fue dirigente en la gestión 2013-2015 se refirió el dato aproximado.



Fuente: Elaboración propia en base a Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (2014b).

### **3.1.2. Delimitación temporal**

La presente investigación se realizó durante la gestión 2019 hasta finales del 2020, utilizando técnicas que buscaron interacciones horizontales. En ese ciclo se compartieron experiencias y relaciones en diferentes circunstancias, tales como: carnavales, reuniones, asambleas, entrega de presentes navideños, entre otros, que ayudaron en la recolección de información. Seguidamente se establece el paradigma y el método que guiaron la investigación.

### **3.2. Paradigma y método de investigación**

La intención de comprender y entender a los comerciantes minoristas por cuenta propia, en el sector de artículos varios y ropa americana de la Asociación Pascoe y Vecinos, conllevó a la práctica del paradigma interpretativo, porque la misma tiene un trasfondo emergente que permitió considerar la vivencia e interacción horizontal con los comerciantes, permitiendo redefinir los actos o prácticas de las estrategias de trabajo. Al respecto, Gloria Pérez (2001) menciona que el paradigma interpretativo se caracteriza por ser cualitativo, reflexivo, con la intención de comprender a profundidad una temática y dando valor a la interacción entre el investigador y las personas que colaboraron en la investigación.

Adicionalmente, el aliciente para considerar este paradigma, fue tratar la actividad del comercio donde el investigador estuvo involucrado de forma activa en anteriores años. De esta manera, la posibilidad de analizar el comercio desde el interior de la Feria generó el interés del mismo. Así toda la investigación expone no solo una descripción del comercio popular en la Feria 16 de Julio, sino también reflexiona la participación del investigador dentro de la Asociación Pascoe y Vecinos: “por ello debe captarla como un todo unificado, no puede fragmentarse, no puede dividirse en variables dependientes e independientes” (Pérez, 2001, p. 28).

El comercio popular, el mercado y las fuentes de trabajo informales fueron analizados mediante procesos sistemáticos, reflexionando datos del trabajo de campo y teóricos. Por tanto, se hizo uso de la metodología de la teoría fundamentada, ya que considera los datos en campo como fuente principal para establecer categorías teóricas: “[s]e refieren a una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación” (Strauss & Corbin, 2002, p. 21). Esta metodología permitió mayor flexibilidad para profundizar el análisis de datos gracias a la revisión continua de categorías y subcategorías plasmadas en las entrevistas.

Asimismo, se utilizó el método etnográfico que, según Rosana Guber (2011), busca comprender y describir los fenómenos sociales haciendo uso de diversas técnicas y del trabajo de campo. De manera que la etnografía fue útil para entender el conjunto de actividades y símbolos que manifestaron los comerciantes.

[L]o que busca un estudio etnográfico es describir contextualmente las a menudo complejas y específicas relaciones entre prácticas y significados para unas personas concretas sobre algo en particular (sea esto un lugar, un ritual, una actividad económica, una institución, una red social, o un programa gubernamental). La articulación entre las prácticas y los significados de esas prácticas de las que se ocupa la etnografía, permite dar cuenta de algunos aspectos de la vida de unas personas sin perder de vista cómo estas personas entienden tales aspectos de su mundo. (Restrepo, 2018, p. 25)

Finalmente, se reflexionó sobre los principios éticos en el estudio, analizando continuamente la posición del investigador dentro la realidad estudiada. Teniendo como dirección este cometido, los comerciantes tenían conocimiento del estudio y se respetaron los tiempos de las personas en su cotidianeidad (Restrepo, 2018), de manera que las entrevistas fueron realizadas adaptándose al contexto de las personas investigadas. Por ende, el estudio fue aceptado por los sujetos de investigación gracias a las técnicas empleadas, las cuales serán expuestas a continuación.

### **3.3. Etapas, técnicas e instrumentos en la investigación**

El estudio se realizó por medio de tres etapas utilizando técnicas e instrumentos de investigación adaptadas al contexto de la Feria 16 de julio. Estas permitieron generar un relacionamiento más horizontal y reflexivo (Guber, 2005) a través de la observación participante, entrevistas no estructuradas, semi-estructuradas e historias de vida, las cuales fueron aplicadas a los partícipes de la investigación (ver el anexo 1, p.182). A continuación, se reflejan las diferentes etapas del trabajo de campo.

#### **3.3.1. Primera etapa de la investigación**

Durante la primera etapa del estudio se dieron los primeros acercamientos al terreno, la cual se llevó a cabo desde 2019 hasta finales del mismo año. Aquí el investigador realizó la primera entrada a campo,<sup>16</sup> llevando adelante entrevistas no estructuradas con los comerciantes minoristas y realizando la observación participante en terreno. Posteriormente, tras la recolección de datos bibliográficos y análisis de los diálogos, se llevaron a cabo entrevistas informales, cinco entrevistas semi-estructuradas que fueron la base para la siguiente etapa.

##### **3.3.1.1. Observación participante**

Desde el inicio de la investigación, la aceptación de los sujetos de investigación fue permanente gracias a las técnicas utilizadas en campo. Asimismo, y a pesar de que el investigador era parte de la Asociación Pascoe y Vecinos, ganarse la confianza y estar inmerso en las diligencias del comerciante implicó una construcción paulatina y constante (es decir, participar de sus actividades) (Spedding, 2010). Y, a pesar que el investigador contó con algunas amistades en el

---

<sup>16</sup> Esto no quiere decir que el investigador solamente en las tres etapas haya explorado el terreno, más al contrario se trabajó constantemente en el campo las veces que fueran necesarias. Con eso no se trató de recaer dentro la lógica de un investigador invasivo, como menciona Restrepo (2018). Por el contrario, se fue generando el consentimiento y la aceptación de forma constante en el interior del grupo.

gremio, eso no fue suficiente; más al contrario el compartir experiencias de trabajo brindó una gran apertura al contexto del comercio.

De esa manera, compartir experiencias laborales o colaborar a los comerciantes, originó la construcción de una relación de amistad y de intercambio mutuo: “[p]ara observar uno debe ser aceptado por las personas con las cuales se trabajaría, así como haber generado cierto grado de empatía” (Restrepo, 2018, p. 59). Así, a medida que se realizaba un acercamiento confiable, los comerciantes permitieron la asistencia del investigador en asambleas y reuniones. Esta técnica dio paso a entablar relaciones más horizontales y respetuosas con las personas entrevistadas.

### **3.3.1.2. Entrevistas no estructuradas y entrevistas semi-estructuradas de tipo etnográficas**

Las entrevistas no estructuradas, a manera de diálogos, sirvieron de apertura del trabajo de campo y fueron llevadas a cabo en momentos esporádicos, es decir; en situaciones no planificadas con los comerciantes. Esta técnica fue utilizada con las personas que tienen más tiempo realizando la actividad del comercio, con la finalidad de formular mejor la guía de entrevistas semi-estructuradas y conseguir personas claves para las entrevistas a mayor profundidad. Es así que gracias a estos diálogos el investigador pudo tener contacto con ex-dirigentes, dirigentes y personas que ya llevan muchos años en el gremio, así también comprender mejor el contexto estudiado.

Tras los diálogos se delimitaron mejor las categorías a tratar, elaborando una guía de temáticas flexibles para las siguientes entrevistas. Así, posteriormente, en base a esta guía el investigador llevó a cabo cinco entrevistas semi-estructuradas, las cuales fueron analizadas para plantear mejor la temática de investigación de acuerdo al contexto de los comerciantes. Es decir,

esta investigación es resultado de los datos de campo, de la expresión de las personas estudiadas y de la reflexión del investigador.

En ese sentido, la intención fue construir diálogos y un relacionamiento social que permitió exponer la voz de la persona investigada (Restrepo, 2018). De manera que se siguió protocolos éticos que implicaron acciones como el uso de seudónimos al momento de publicar datos,<sup>17</sup> negociaciones con las personas investigadas y la disposición de realizar entrevistas en horarios y lugares que no perjudicaron la cotidianidad del comerciante (como en la realización de entrevistas en el lugar de trabajo o en las viviendas de las personas estudiadas).

### **3.3.2. Segunda etapa de investigación**

En esta etapa el investigador realizó la segunda entrada a campo, entre los meses de enero a octubre del año 2020, llevando a cabo la recopilación de datos a través de cinco historias de vida. Además, se realizó la retroalimentación y los ajustes de la problemática y la reestructuración de los objetivos y las preguntas de investigación, entre los meses de mayo y junio, en base a los datos recolectados en la primera entrada a campo. Finalmente, durante esta etapa, se presentó la pandemia del COVID-19, originando nuevas estrategias de adaptabilidad de los comerciantes que fueron tomadas en cuenta dentro del estudio.

#### **3.3.2.1. Historias de vida en la investigación**

Las historias de vida consideran todas las experiencias que son contadas sobre la vida de una persona, incluidas las experiencias familiares y cualquier otro tipo de suceso que le parezca

---

<sup>17</sup> Se trabajó en las entrevistas con seudónimos, salvaguardando la identidad, para no afectar el relacionamiento entre los sujetos de investigación; en pos de no comprometerlos por la información brindada y que se los afecte indirectamente o se los comprometa en algún tipo de conflictividad.

relevante (Spedding, 2010). Para el efecto en la investigación se vio prudente manejar esta técnica, puesto que ayudó en ahondar sobre la forma de trabajo del comerciante.

Las historias de vida se realizaron a cinco personas que fueron representantes de la Asociación Pascoe y Vecinos. Estas personas se dedicaron a la actividad del comercio por influencia de algún familiar o amistad cuando eran jóvenes, o por iniciativa propia. Los mismos, tras años en el negocio, manipulan una multiplicidad de conocimientos relacionados a su ámbito laboral.

### **3.3.3. Tercera etapa de investigación**

En esta etapa el investigador efectuó la tercera entrada a campo desarrollado en el mes de octubre del 2020. Aquí se realizaron cinco entrevistas semi-estructuradas con el propósito de complementar la información de las dos primeras entradas a campo. En suma, en este periodo se profundizó temáticas específicas que llamaron la atención tras la segunda etapa y se analizó de manera más detallada las categorías y subcategorías de la investigación.

### **3.3.4. Instrumentos de investigación**

Los instrumentos que ayudaron al relevamiento de información en estas tres entradas a campo fueron: la cámara fotográfica, la reportera, el celular inteligente, notas de campo y el diario de campo. La grabadora y la cámara fotográfica se usaron para un registro más detallado de las interacciones, siempre y cuando el informante proporcionara el permiso correspondiente al investigador para la utilización de estos elementos. En algunos casos los entrevistados pidieron la devolución de las imágenes, las cuales fueron entregadas inmediatamente.

### **3.4. Análisis y/o codificación de los datos**

El trabajo de gabinete para el investigador, implicó el ordenamiento de la información considerando la codificación abierta propia de la teoría fundamentada. Éste permitió realizar un análisis de datos, creando categorías y subcategorías nacidas de los datos del trabajo de campo (Román-López, 2016; Strauss & Corbin, 2002). Por ello:

[D]urante la codificación abierta, los datos se descomponen en partes discretas, se examinan minuciosamente y se comparan en busca de similitudes y diferencias. Los acontecimientos, sucesos, objetos y acciones o interacciones que se consideran conceptualmente similares en su naturaleza o relacionados en el significado se agrupan bajo conceptos más abstractos, denominados “categorías”. (Strauss & Corbin, 2002, pp. 111-112)

Además, y siguiendo a Strauss & Corbin (2002), la codificación permite el análisis detallado de los datos obtenidos en las entrevistas identificando “códigos en vivo”. Así, los “códigos en vivo” permiten la abstracción de los datos a partir de las palabras de los entrevistados. Por tanto, se generaron categorías teóricas a partir de los conceptos manejados por los comerciantes (Román-López, 2016).

A la vez se utilizó la triangulación de datos, intentando un equilibrio permanente entre la recolección de datos bibliográficos, la recolección de información de campo y en el análisis en gabinete. De tal manera, existió una constante retroalimentación para el llenado de vacíos durante toda la investigación. Este aspecto fue crucial para los comerciantes, quienes realizaban sugerencias para mejorar el desarrollo del estudio (Natera & Mora, 2010). Posteriormente se presentan los resultados de este análisis basado en datos bibliográficos y de campo.

## **CAPÍTULO IV: SURGIMIENTO DEL ESCENARIO DE TRABAJO, ESTRATEGIAS DE FLEXIBILIDAD Y CAMBIOS COYUNTURALES EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA FERIA**

En el presente capítulo se expondrán los aspectos históricos que forman parte del origen de la Asociación de Comerciantes Minoristas Pascoe y Vecinos, considerando los aspectos generales del surgimiento de la ciudad de El Alto y la Feria 16 de julio. Asimismo, se manifestarán el itinerario, el ámbito laboral y las estrategias de flexibilidad más usuales de los comerciantes minoristas de acuerdo a la coyuntura social. A continuación, se analizan las estrategias de flexibilidad utilizadas por los comerciantes minoristas, las cuales están profundamente vinculadas al origen de la ciudad de El Alto.

### **4.1. La configuración de la ciudad de El Alto: ¿“Ciudad Comercio”?**

A principios del siglo XX, el área que posteriormente sería conocida como la ciudad de El Alto empieza a obtener protagonismo. A partir de 1903 se inician la construcción de las vías férreas que fortalecieron el tránsito comercial entre El Alto-La Paz-Guaqui, Arica-El Alto-La Paz y La Paz-El Alto-Viacha. Posteriormente, en 1912, se inicia la construcción del Aeropuerto Internacional de El Alto y la Escuela de Aviación para dar paso al transporte aéreo en Bolivia. A pesar de la construcción de estas importantes rutas de conexión es sólo después de la Guerra del Chaco (1933-1935) que se originan los primeros asentamientos poblacionales en la región (G.A.M.E.A., 2014a).

Ya en los años de 1940 se emprende el proceso de urbanización en El Alto, siendo un escenario típicamente altiplánico por el factor climatológico que presenta (Sandoval & Sostres, 1989). Las características de urbanización en sus inicios, junto a los servicios básicos, no eran los adecuados por la poca atención de las instituciones públicas. Aun así, el poblamiento en esta

urbe se intensificaría luego de la Revolución de 1952 y la Reforma Agraria (Albó, Sandoval, & Graves, 2016). Después, en el periodo de relocalización, durante la década de los 80, los flujos migratorios y los asentamientos urbanos hacia esta área se acrecentarían ocasionando el asentamiento de fabriles, mineros, profesionales, campesinos y de personas de otras regiones del país; es decir, El Alto es producto de los flujos migratorios entre campo-ciudad, intraurbana y centro periferia (UNITAS, 1988).

Dicha ciudad, a razón del incremento poblacional y su masiva urbanización, intenta desglosarse de la ciudad de La Paz, logrando su independencia el 6 de marzo de 1985. Posteriormente, mediante la Ley N° 651 de 1988, es elevada a rango de ciudad, siendo parte de la cuarta sección municipal de la provincia Murillo en el departamento de La Paz (Fernández, 2001). Sin embargo, a pesar de la separación, ambos municipios dependen mutuamente entre sí; ya sea por el flujo diario que existe entre las personas que van desde El Alto a La Paz y viceversa: “[s]i La Paz sigue siendo el corazón político del país, El Alto sigue siendo el pulmón de La Paz” (Albó, 2006, p. 332). Es decir, se presencia un relacionamiento habitual entre ambas ciudades de manera laboral, comercial y comunicacional.

Actualmente, el municipio de El Alto cuenta con 14 distritos, de los cuales 4 son rurales (distritos 9, 10, 11 y 13) y 10 son urbanos (distritos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 y 14), extendidos en una superficie de 387,56 km<sup>2</sup>. Esta ciudad, a pesar de su corta edad, creció considerablemente, aumentando su población en poco tiempo: ya para 1976 se menciona a una población de 95,744 habitantes, que se incrementa en 1992 a 405,492 habitantes, en 2001 a 649,958 habitantes y en 2012 a 848,452 habitantes, de acuerdo a datos de censos poblacionales (G.A.M.E.A., 2014a). Las proyecciones poblacionales para El Alto, según el Instituto Nacional de Estadística (2019),

consideran una población de 933,050 habitantes, con un crecimiento intercensal del 2,4 % a partir del último censo (G.A.M.E.A., 2014a).

La ciudad de El Alto económicamente está conformada por actividades de los microempresarios, talleres familiares y del comercio, entre otras (Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, 2011). De esa manera, los centros comerciales se expanden en todo el nudo central (conocido popularmente como la “Ceja”) y la famosa Feria de la 16 de julio; asimismo se presentan una multiplicidad de ferias callejeras en otros sectores que reflejan el motor y la dinámica del escenario alteño (Lazar, 2013). Por tanto, este municipio adquiere el apelativo de “Ciudad Comercio”, por la presencia de espacios comerciales en las distintas calles y avenidas de los 14 distritos municipales (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011). Así, las ferias más importantes de la ciudad de El Alto se exponen en la siguiente tabla:

**Tabla 1: Principales ferias de la ciudad de El Alto**

Nº	Nombre	Ubicación
1	Feria 6 de Agosto	Zona Tahuantinsuyo
2	Feria Senkata	Zona Senkata
3	Feria 16 de Julio	Zona 16 de Julio
4	Feria Ballivian	Villa Ballivian
5	Feria La Paz	Av. La Paz
6	Feria Rio Seco	Rio Seco
7	Feria de la zona Brasil	Rio Seco
8	Feria Ex tranca Rio Seco	Ex tranca Rio Seco
9	Feria Alto Lima	Alto Lima Av. Adrián Castillo
10	Feria Corazón de Jesús	Distrito 2
11	Feria Santiago Segundo	Distrito 2
12	Feria Pacajes	Caluyo Distrito 3

13	Feria 15 de Febrero	Ingenio UV 4 Distrito 5
14	Feria San Luis Pampa	Distrito 3
15	Feria Romero Pampa	Distrito 3
16	Feria 24 de Junio	24 de Junio
17	Feria Ex tranca	Bolívar F Distrito 3
18	Feria El Carmen	Distrito 4
19	Feria Sajra Khato	Distrito 5

Fuente: G.A.M.E.A. (2014b, p. 492).

De todo el conglomerado de ferias expuestas en la tabla anterior y además de otras no registradas, se tienen alrededor de 320 asociaciones (*ibid.*) con aproximadamente 350.000 comerciantes en El Alto (Calle, 2019). Estos se ven inmersos en la actividad del comercio por distintas causales, siendo la más común la falta de acceso a un empleo permanente de índole convencional (Escobar de Pabón & Guaygua, 2008; Nuñez & Viaña, 2019). De esa manera se va engrosando este ámbito, dando paso a la generación de iniciativas bajo sus propias reglas.

[C]asi siempre estuvo condicionada por el estrecho mercado de trabajo y por la precariedad de la industria urbana; situación que por lo general, fue enfrentada vía la constitución de una economía “informal” a partir de sus propias lógicas y reglas de juego, de sus formas de producción y relaciones interfamiliares. (Sandoval & Sostres, 1989, p. 38)

Los lugares del comercio son espacios donde se desarrollan una serie de relaciones sociales, a la vez que brindan un cobijo laboral. Este movimiento económico no solo favorece a los comerciantes, sino que también genera ingresos a *cargadores*,<sup>18</sup> *ayudantes*,<sup>19</sup> dueños de casa que alquilan sus tiendas y depósitos (Lety HV-3, 2020, entrevista; Gonzalo HV-2, 2020, entrevista;

<sup>18</sup> Los cargadores son personas que trabajan en la Feria acompañados de su cochecito. Realizan el traslado de la mercadería del comerciante desde el depósito hasta el puesto de venta. La remuneración que perciben varía según la distancia a trajinar y el precio base para transportar de un lugar a otro oscila entre los 3 y 10 bolivianos.

<sup>19</sup> Los ayudantes o colaboradores normalmente son jóvenes de entre 18 a 35 años de edad, entre varones y mujeres, quienes coadyuvan en la actividad del comercio. Los cuales van sacando la mercadería de los depósitos, armando el puesto, vendiendo e inclusive algunos realizan el planchado de las prendas en días que no son de Feria. Además, tienen un acuerdo de palabra para realizar la actividad y la remuneración que perciben oscila entre los 50 y 80 bolivianos por día de trabajo.

Ana EE-5, 2020, entrevista). Toda esta dinámica se refleja en la Feria 16 de Julio, la cual es la más representativa de la ciudad de El Alto.

#### **4.1.1. Surgimiento de la Feria 16 de Julio y la Asociación de Comerciantes Minoristas Pascoe y Vecinos**

Los primeros vestigios de la Feria 16 de Julio se remontan a mediados del siglo XX, en la zona 16 de julio del Distrito 6, en la ciudad de El Alto, con la creación del mercado Santos Mamani en 1960 (Díaz, 2015). Pero ante el incremento de los vendedores, y por el pequeño espacio que se tenía, los comerciantes prefirieron vender en los alrededores del lugar, utilizando los espacios del mercado solamente como un depósito para sus mercaderías (Díaz, 2016). Así, en este periodo inicial, la Feria era considerada como un espacio campesino y desde 1980 en adelante, se establece su consolidación con un crecimiento vertiginoso (Rojas, 2016) y en la actualidad está totalmente afianzado, siendo parte de la centralidad económica de El Alto.

La Feria 16 de julio se desarrolla dos días a la semana (jueves y domingo), desde muy tempranas horas de la mañana (05:00 a. m.) hasta altas horas de la noche (10:00 p. m.). Su dimensión ocupacional abarca cerca de 250 hectáreas, generando una aglomeración de entre 50.000 personas e incluso en algunos momentos llegando hasta las 100.000 personas (*ibid.*). Por la infinidad de sectores y productos que se ofrecen en toda la extensión de la Feria, se menciona que genera un movimiento económico aproximado de 2 millones de dólares (Díaz, 2016).

Esta Feria pareciera un caos y un desorden (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007; Yampara & Temple, 2008) por la multiplicidad de mercaderías establecidas en los *puestos de*

*venta*<sup>20</sup> con armazones metálicos o de pedazos de plástico extendidos a manera de alfombra en el piso (Rivera, 2002) junto a *chiwiñas*<sup>21</sup> (ver el anexo 2, p. 187). Asimismo, existe diversidad de productos que ofrecen los comerciantes, intentando satisfacer las necesidades de manera accesible al público en general (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007).

Aquí se da el relacionamiento entre *casero-casera*<sup>22</sup> que es fortalecido mediante los aspectos de la rebaja, la selección de mercadería para el gusto del cliente y el buen trato. La Feria no es simplemente un escenario de intercambio mercantil, también se hacen presente otras lógicas “[d]onde la ayuda, la reciprocidad, la distribución y la redistribución marcan la diferencia” (*ibíd.*, p. 93). De esta manera, los comerciantes realizan prácticas de su lugar de origen, combinando la vivencia de sus comunidades rurales (respecto a su relación con el ámbito material y espiritual) con el comercio del área urbana (Yampara & Temple, 2008).

La Feria genera la re-construcción del espacio de algunas calles de El Alto durante los días jueves y domingo, cuando las calles de la ciudad se transforman en un supermercado a cielo abierto con productos de toda índole y a todo precio (Pereira, Bridikhina, Montaña, & Blanco, 2009): “se dice que en ella se puede encontrar desde un alfiler hasta un vehículo Hummer” (Guaygua, 2011, p. 272). Por tanto, la sociedad ocupa este espacio público para desenvolverse y para encontrar una fuente laboral (Rojas, 2016).

La Feria 16 de julio está organizada aproximadamente en más de 84 asociaciones con alrededor de 23.144 afiliados o comerciantes (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011), de los cuales mayormente son mujeres (Nuñez & Viaña, 2019). Estas asociaciones se encargan de la defensa

---

<sup>20</sup> Un puesto de venta mide 1,5 metros de largo y 2 metros de ancho, y se ubica lado a lado con otro. Esta medida es solo para la Asociación Pascoe y Vecinos, ya que en otros sectores de la Feria 16 de julio el diámetro del puesto puede variar independientemente del sector donde se encuentre.

<sup>21</sup> Sombrilla metálica o de madera que sirve para la protección de los rayos solares, brinda sombra, pero también protege de la lluvia.

<sup>22</sup> Es una expresión verbal referida a la persona o al cliente que constantemente compra un producto, convirtiéndose esta acción en una costumbre y con el tiempo inclusive hasta formar una amistad (Raúl HV-1, 2020, entrevista).

de las fuentes de trabajo (Rojas B., 1995), generando autocontrol al comerciante a través del instrumento legal denominado como Estatuto Interno.

En el caso de la Asociación de Comerciantes Minoristas en Artículos Varios Pascoe y Vecinos, mediante una iniciativa vecinal, conformaron el gremio un 7 de junio de 1998 (Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, 2017). Inicialmente esta asociación no fue muy concurrida a razón que la Feria 16 de julio aún no se extendía a las calles que ocupaba este gremio. No obstante, la perseverancia fue un factor importante para su establecimiento y en la actualidad están legalmente constituidos ante las instancias pertinentes.

[E]n cuanto a la Asociación Pascoe y Vecinos yo he sido uno de los fundadores justamente porque, para que no haya avances de las otras asociaciones. Una vez que esta calle estaba limpio querían entrarse varias asociaciones y hemos tenido la necesidad de salir primeramente los vecinos; era tocarles casa por casa, puerta por puerta para que se agarren su puesto y en los lugares que había campo hemos recibido comerciantes y así ha sido el nacimiento de la Asociación Pascoe y Vecinos. Primero hemos empezado los vecinos después en los lugares que había ya han venido los comerciantes, porque había comerciantes también antiguos que han ido agarrando los puestos. (Pablo HV-5, 2020, entrevista)

Al momento de fundarse la Asociación Pascoe y Vecinos las calles donde vendían los productos eran de tierra y se convertían en lodazales en épocas de lluvia (entre los meses de diciembre a febrero). Posteriormente, gracias a las gestiones de la Junta Vecinal y el directorio de los comerciantes, se logra tramitar el adoquinado de las calles. Así se busca constantemente el beneficio y la comodidad de los vecinos, comerciantes y transeúntes que trajinan por el sector.<sup>23</sup>

En consecuencia, los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos lograron perpetuarse mediante la concientización de los vecinos y de las autoridades municipales, adueñándose de las vías en los días de Feria. Esta ocupación del espacio da lugar a una apropiación donde “[I]as calles son por tanto sus lugares de trabajo y de vida, lo hacen suyo hora tras hora y día tras día” (Barragán, 2009, p. 217). Por tanto, en estas calles los comerciantes

---

<sup>23</sup> Dato referido mediante el diálogo informal con doña Benita, quien fue vecina del sector y parte del ex directorio de la Asociación Pascoe y Vecinos durante la gestión 2013-2015.

se relacionan con sus semejantes y desarrollan el comercio minorista; actividad detallada a continuación.

#### **4.1.2. El tránsito del comerciante minorista y su ámbito laboral**

La actividad del comercio, dentro el escenario urbano, fue considerada como un ámbito de fácil acceso por el poco capital y la poca preparación que se precisaba. Principalmente era una actividad ocupada por mujeres migrantes, quienes en complicidad con algún familiar o conocido se iniciaban como comerciantes para poder sobrevivir (Albó, Sandoval, & Graves, 2016; Ardaya, 1988; Casanovas & Escobar de Pabón, 1988; Núñez & Viaña, 2019). Este tipo de actividad fue denominada como “trabajo por cuenta propia” (Rivera, 2002; Casanovas & Escobar de Pabón, 1988), “comercio en vía pública” (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015; Pereira, Bridikhina, Montaña, & Blanco, 2009), comerciantes asentados y emergentes o comerciantes populares (Tassi, 2012; Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013; Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015); quienes encuentran en la calle un espacio de trabajo y una escuela de lucha diaria.

Estos comerciantes se apoyan en sus organizaciones quienes velan por el acceso del trabajo en la calle (Alba, 2012). Las asociaciones les permiten generar cierta autonomía de características particulares en la realidad local (Tassi & Canedo, 2018). También desarrollan ciertas normas y códigos propios (Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2016) que les permiten establecerse en la actividad.

Por tanto, se puede mencionar dos tipos de comerciantes según la perspectiva de los autores Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino (2013), bajo las siguientes características: por un lado están los comerciantes asentados, quienes con el pasar del tiempo han consolidado los mercados e inclusive algunos han llegado a formarse como grandes

distribuidores de mercaderías; y por otro lado se encuentran los comerciantes emergentes o comerciantes populares, quienes aprovechan los nuevos mercados para diversificar las mercaderías introduciendo nuevos productos a la demanda del mercado, a través de importaciones de Chile e inclusive de China y otras regiones.

Debajo de la categoría de “comerciante popular”, se revelan alcances económicos y posturas políticas distintas. En diferentes contextos y coyunturas, los comerciantes populares han generado alianzas estratégicas distintas en el intento de resguardar sus intereses económicos y mantener cierto nivel de independencia. Los comerciantes asentados, basándose en una institucionalidad y economía sólida, han ostentado una autonomía económica. (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013, pp. 17-18).

Los autores citados establecen a los comerciantes bajo una capacidad articuladora dentro del rubro y en algunos casos manejan una variedad de productos por la capacidad y solvencia económica que manipulan. No obstante, esa mirada es una parte de la realidad al cual pertenece el comerciante. Por ello, dentro la Asociación Pascoe y Vecinos en la Feria 16 de julio se devela otra dinámica en relación a la manera de como desarrollan la actividad comercial: se autoconsideran como minoristas y en algunos casos expresan que nacieron para la actividad del comercio.

Además, el ser parte de la actividad comercial requiere dedicación y perseverancia para establecerse en el rubro, porque “hay personas que han nacido para eso y otras no” (Raúl HV-1, 2020, entrevista). Así, se logra tener una ocupación de características propias, brindando estabilidad para sus familias; ya que “esta actividad, por los éxitos económicos alcanzados, contribuye al bienestar de las familias y, de manera indirecta, al crecimiento de la economía.” (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015, p. 7). De esa manera, este ámbito no excluye ni recae en preferencias, más al contrario cobija a la población que desee incursionar en la actividad, sea en personas de bajos recursos, sin preparación o con estudios superiores, siempre y cuando éste se sienta cómodo en la actividad.

[M]e gusta vender, o sea, ahora mismo me gusta vender, he ido a vender para otras personas, se vender para mis hermanos [...] La enfermería no es para mí, entonces me dedico a lo que me gusta, a lo que me gusta, a lo que yo sé, lo que yo he vivido toda mi vida, para que tomar otros rumbos si ya tenía uno, digamos ¿no? Entonces, me he quedado como vendedor; entonces ahí he empezado como lo que es el negocio de ropa americana. (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista)

Los propios comerciantes reflejan el gusto y la dedicación en la actividad, inclusive contando con una preparación académica dan más prioridad a la actividad comercial. Asimismo, algunos comerciantes llegan a combinar sus actividades laborales entre el trabajo remunerado y el puesto de venta, viéndose en el dilema de seguir con la profesión o enfocarse en el negocio, pero para eso hay que saber las dinámicas del comercio y la misma requiere sacrificios (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013). Además, esta actividad puede ser transmitida de generación en generación, dando como resultado un sentimiento de pertenencia en la actividad (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015).

Dentro la Asociación Pascoe y Vecinos, se perciben a ciertos vendedores que hacen la actividad comercial, los cuales son: en primera instancia, está el comerciante que vive en el lugar y que a la vez es considerado como vecino, además que cuenta con un *puesto de venta*, siendo un impulsor de la extensión de la Feria hasta el lugar que hoy se establece; luego se encuentra el comerciante ajeno al ámbito vecinal, pero que también fue parte de la consolidación de la actividad y cuenta con un *puesto de venta*; y seguidamente está el comerciante ambulante que es considerado como un inquilino del puesto, porque no cuenta con uno propio, pero que se asienta en un puesto dentro de el gremio de manera prestada o mediante acuerdos internos.

Dentro la actividad comercial también se suman los ayudantes que coadyuvan en el rubro a los comerciantes que precisan la ayuda de terceras personas. Estos ayudantes o colaboradores, con el tiempo, pueden llegar a independizarse y vender para ellos mismos, luego de conocer el desarrollo de la actividad mediante los saberes adquiridos en los años de trabajo. Por tanto, el trajín que una persona realiza para establecerse en el negocio no es tan sencillo

porque existen ciertos aspectos que solo se adquieren con el tiempo como se refleja seguidamente.

#### **4.1.2.1. Inicios y acceso a la actividad: de ayudante a inquilino y a conseguir un puesto de venta**

La dinámica del comercio minorista es muy variable en cuanto a la consolidación del negocio y más aún para consagrarse en el *puesto de venta*. No obstante, existen alternativas de ingreso al negocio que pasan por ciertos aspectos que van más allá de las relaciones de parentesco, lealtad y confraternización con el círculo gremial, siendo estas medidas utilizadas como herramientas de acceso a la actividad (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013). Sin embargo, dentro la Asociación Pascoe y Vecinos existen dos vías claramente marcadas para pertenecer en el rubro y en consecuencia poder obtener un *puesto de venta* como se señala seguidamente.

Por un lado prevalece el carácter hereditario del puesto que pasa de generación en generación (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015). Además, los hijos o familiares que logran ingresar a la actividad, con el tiempo intentan adquirir un puesto nuevo, conformando de esa manera una tradición familiar del negocio (Rivera, 2002). Estos aspectos son los más usuales en los comerciantes para introducir en la actividad a sus allegados más íntimos de forma directa mediante el relacionamiento de familiares y amistades que logran adquirir un puesto como préstamo,<sup>24</sup> alquiler o en todo caso adquiriendo uno propio.

Por otro lado, se da un proceso no tan directo como se señaló anteriormente, porque estaría sujeto a un aspecto de negociación bajo un tejido de relaciones entre los propios

---

<sup>24</sup> Los préstamos de puesto normalmente son realizados a algún familiar o a una amistad muy íntima, los cuales son muy escasos, ya que al hacerlo no reciben ninguna gratificación económica. Este dato se obtuvo en el diálogo informal con doña Benita y observación participante (19 de diciembre de 2019).

comerciantes y particularmente con los propietarios de puestos que no salen a vender. Así, mediante acuerdos internos entre los interesados, se da la figura de alquilar el espacio,<sup>25</sup> de esa manera se considera a estos comerciantes como “inquilinos del puesto”<sup>26</sup> (Rouss E-5, 2019, entrevista). Sin embargo, también se da el caso de los ayudantes o colaboradores, quienes ayudan en los quehaceres del gremio, armando y desarmando el puesto, planchando, vendiendo, ofreciendo a viva voz la mercadería; mas ya con los conocimientos adquiridos y por los años dentro la actividad, estos van viendo la manera de independizarse y obtener un puesto para beneficio propio.

Yo he empezado trabajando desde mis ocho años, yo le ayudaba a una señora a vender faldas, pantalones, short; desde mis ochos años le ayudaba a la señora a vender en una tienda durante todo ese proceso. Ahora, yo hace un año, un año, no, hace dos años recién me independicé. Me abrí mi propio negocio juntamente con mi hermano [...] como tantos años trabajé dije: porque no darme, porque no hacer mi propio negocio; también ver, he visto también cómo se maneja eso de donde agarraba la mercadería al precio que daba. De ahí ha pasado tiempo; mi mamá me ayudado a abrirme mi propio negocio, también yo he empezado lo que es con faldas. Me he abierto con mi hermano y hemos cambiado de mercadería, bueno hasta ahora nos va bien. (Wilma EE-3, 2020, entrevista)

En tal sentido, adquirir un puesto no es tan sencillo, ya que existe una serie de situaciones que el comerciante debe considerar como los contactos, el capital y la aceptación del grupo. Estas situaciones están marcadas mediante el acceso de manera factible gracias a los nexos familiares que se tiene (Rivera, 2002; Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015) y, por otro lado, existe el acceso de manera morosa, misma que puede partir desde la iniciación como ayudante, para luego con los años buscar su independencia alquilando un puesto de forma individual y así, en un futuro próximo, obtener uno propio. No obstante, si no se tiene cierto relacionamiento con algún

---

<sup>25</sup> El alquiler de un puesto oscila entre los 300 a 500 bolivianos, dependiendo del sector donde se encuentren. Sin embargo, algunos alquilan juntamente con una tienda. Dependiendo el tamaño, los precios de alquiler varían de entre 1.200 a 2.500 bolivianos (observación participante, 2019-2020).

<sup>26</sup> Son comerciantes que no cuentan con un puesto de venta propio y recurren a alquilar un puesto para no estar deambulando de un sector a otro agarrando su mercadería.

miembro del gremio o un familiar se hace difícil conseguir un puesto en alquiler (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013) o para traspaso.<sup>27</sup>

El *puesto de venta* es considerado como el puesto de la vida (Quispe, Tonconi, & Canaviri, 2011), porque para muchos comerciantes “no solo es la única posibilidad de trabajo, sino es lo mejor que saben y pueden hacer, es el arte de la vida misma” (*ibid.*, p. 39). De esa manera, el *puesto de venta* tiene una significación preponderante para el comercio, porque es mediante ese espacio que tienen con qué satisfacer sus necesidades y estar asegurados con una entrada económica que les depara en cada día de Feria, ya que el puesto es “una fuente de ingreso y de trabajo” (Pablo HV-5, 2020, entrevista). Mediante la consolidación del puesto, el comerciante debe buscar la mercadería para iniciarse en la actividad y algo que ofrecer a la clientela.

Para llegar a ofrecer la mercadería indicada, los comerciantes mediante la experiencia adquirida, van viendo con cuál producto quedarse. Normalmente, la mercadería sufre cambios por el poco capital de arranque que se tiene al inicio del negocio (Nuñez & Viaña, 2019). Además, en el camino, los comerciantes se topan con algunas situaciones inesperadas,<sup>28</sup> pero con voluntad y empeño logran establecerse para continuar en la actividad.

[L]a cuestión es buscar y no quedarse en una cosa nomas, porque yo te digo, he empezado con chamarras y el primer día ya he gritado pues (haciendo referencia a ofrecer la mercadería a viva voz) [...] Pero ha empezado la temporada como ahora invierno, donde la chamarra sube, no había ya, segunditas me he agarrado ya. Después ya no había para segunditas ya me he tenido que agarrar primeras y esas primeras salían peor que la segunda, y eran más caras [...] y que

---

<sup>27</sup> Los puestos de traspaso o para la venta oscilan de entre 6.000 a 12.000 dólares, dependiendo de la ubicación en el sector. El traspaso entre los interesados se hace de manera muy íntima; cuando se sabe que un comerciante quiere pasar su puesto, los interesados están al pendiente e inmediatamente hacen el contacto con la persona para que no les ganen en la negociación (notas de Campo #7 (NC-7), observación participante y Asamblea Ordinaria de la Asociación Pascoe y Vecinos, 30 de septiembre de 2019).

<sup>28</sup> Una de las más usuales dentro la actividad se da en el momento de agarrar la mercadería mediante los *fardos* (amarros de ropa envueltos en bolsas de yute y compactados mediante alambres metálicos) y que al abrirlos la ropa no sea de la calidad esperada. Esto normalmente ocurre cuando el comerciante recién se está iniciando en el negocio y no conoce muy bien a los proveedores. Además, también se presentan en situaciones cuestiones de robo de la mercadería por las personas que se dedican a ello; asimismo, ocurre en algunos momentos, en el instante de la venta, cuando sin darse cuenta reciben billetes falsos (observación participante, 2019-2020).

salga más feo ¡ya como pues! [...] Entonces, ya me metido a zippers, son chamarras de verano [...] tampoco me ha funcionado eso [...] De ahí he vendido esos polos que dicen cuello redondo de algodón [...] de ahí me metido a canguros de algodón, ahí ya me ha ido mucho mejor [...] he pasado de prenda en prenda, en quedarme en algo y en pantalón me he quedado. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

Se trajina de mercadería en mercadería hasta poder establecerse con un solo producto para la venta. Pero este proceso de buscar y encontrar la mercadería con la que se genera mayor movimiento lleva años y no se da de la noche a la mañana. Además, los comerciantes deben sentirse a gusto y cómodos con el producto trabajado, ya que deben plancharlo, lavarlo y en ciertos momentos darle algunos arreglos de forma manual o con la ayuda de la máquina de costura (Eugenia E-3, 2019, entrevista; Rouss E-5, 2019, entrevista; Ana EE-5, 2020, entrevista; Gonzalo HV-2, 2020, entrevista; Pablo HV-5, 2020, entrevista).

Paulatinamente, los comerciantes se han ido consolidando en el gremio y en la mayoría de los casos fueron picoteando mercadería tras mercadería hasta quedarse con su producto estrella, el cual les da más réditos para la venta (Lety HV-3, 2020, entrevista). Por ello, estos sectores, con el tiempo, han ido acuñando maneras propias de encarar la actividad (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013). Los comerciantes, en sus inicios en la actividad, se han visto en la necesidad y obligación de pasar prenda por prenda para quedarse en una determinada mercadería, pero eso no les exime de exponer otros productos, siempre y cuando no sea de manera desleal con su compañero de lado.

#### **4.1.2.2. Itinerario del comerciante minorista en día de Feria**

La jornada de trabajo para un comerciante de la Asociación Pascoe y Vecinos durante los días de Feria (jueves y domingo) empieza desde las primeras horas de la mañana (06:00 a. m.), al salir de su vivienda en dirección al *puesto de venta*. El tiempo de llegada a inmediaciones de la Feria 16 de julio puede ser muy variable, porque muchas de las personas que se dedican al

comercio residen en El Alto y La Paz<sup>29</sup> (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015; Pereira, Bridikhina, Montaña, & Blanco, 2009). Estos comerciantes van iniciando su actividad como algo cotidiano, donde se exponen saberes (Figari, 2020) para el mejor desempeño del movimiento comercial.

Inicialmente, al llegar a inmediaciones de la Feria, el comerciante acude primeramente al *depósito*<sup>30</sup> donde se encuentra toda la mercadería. De esa manera se empieza a trasladar toda la multiplicidad de elementos que son utilizados en el puesto (armazones metálicos, carpa, maniqués, colgadores, tarima y bultos con mercadería), algunos junto a la participación y la ayuda de familiares (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015) o de ayudantes, los cuales van armando el *puesto de venta* y colaborando en las actividades a realizar. Una vez teniendo ya armada la estructura metálica cubierto con la carpa, el comerciante se pone a colgar su mercadería ordenándolo uno tras otro de acuerdo a las tallas y colores.<sup>31</sup>

Al terminar de ordenar toda la mercadería y después de que solamente quede vender las prendas, recién el comerciante desayuna. Ya luego se inicia con la venta, ofreciendo la mercadería y se escucha a viva voz: “Pase casero, escoja camisas, camisas; escoja, véalo sin compromiso”;<sup>32</sup> la atención a la clientela es de total amabilidad con la intención de convencer al cliente para la compra de alguna prenda. El comerciante intenta no moverse del puesto para

---

<sup>29</sup> Algunos se hacen presentes desde las diferentes zonas de la ciudad de El Alto como: Senkata, Kenko, Primero de Mayo, Horizontes, Rio Seco, Villa Ingavi, Villa Ingenio, Huayna Potosí, Alto Lima, entre otras. Así también, quienes viven en la hoyada paceña se hacen presentes desde las zonas: Tembladerani, Portada, Vino Tinto, Tacagua, Buenos Aires, Bajo Llojeta y otras zonas más. En tal sentido, dependiendo de la distancia entre la vivienda del comerciante y la Feria 16 de julio, demoran de entre 30 a 60 minutos en llegar al sector (diálogos informales con comerciantes y observación participante 2019-2020).

<sup>30</sup> Los depósitos son cuartos o pequeños espacios alquilados por los dueños de casa (el alquiler oscila entre 50 a 200 bolivianos) y se abren desde las 07:00 a. m. Estos cuartos miden aproximadamente entre 3 x 4 a 3 x 5 metros, dependiendo de las características de la vivienda. Además, el espacio que se le asigna a cada comerciante para guardar su mercadería es de entre 1,5 x 2 a 1,5 x 3 metros, dependiendo de la cantidad de mercadería que se tiene (observación participante 2019-2020).

<sup>31</sup> Esto será en función de la manera que más le guste y convenga al comerciante, puesto que algunos ordenan por colores, otros sin embargo de forma indistinta (observación participante, 2019-2020).

<sup>32</sup> Las prendas ofrecidas pueden variar bajo el mismo tenor (notas de campo #16 (NC-16). 01 de marzo 2020).

no perder clientela, inclusive “todos almorzamos en el mismo puesto” (Raúl HV-1, 2020, entrevista), ya que los comerciantes que se dedican a la venta de comida en el sector se dignan a traer hasta el puesto los respectivos almuerzos, esto con la intención de no dejar vacío el puesto.

Sin embargo, en caso que surja algún imprevisto y deba dejarse el puesto vacío por un instante ante cualquier emergencia,<sup>33</sup> se realiza un encargo al vecino del frente o de lado, mencionando: “míramelo un ratito por favor, ahora vuelvo”,<sup>34</sup> siendo aceptado el pedido porque es una práctica de todos en el sector. De esa manera se genera entre los propios comerciantes un control social del negocio que les permite no caer ni en robos (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013) ni en pérdidas, ya que esta forma de autoayuda puede ser necesitado por cualquier comerciante. En tal sentido, estas acciones pueden ser entendidas como algo que se establece de forma natural.

Al finalizar la tarde,<sup>35</sup> los comerciantes empiezan a recoger sus mercaderías, generando el movimiento en los depósitos tras guardar todos los elementos utilizados en la jornada de venta. Van ordenando y acomodando en el espacio designado por el dueño del depósito, quienes aprovechan el sitio de la estructura física de sus viviendas para ampliar los espacios del comercio (Müller, 2015). Los cuales han habilitado en la parte baja tiendas que son utilizadas por los propios comerciantes y han destinado las plantas de arriba para el uso del hábitat, ampliando la infraestructura comercial de forma horizontal (*ibíd.*).

---

<sup>33</sup> La emergencia normalmente ocurre cuando un comerciante va en busca de sueltos de algún billete recibido por algún cliente. Pero también, a la necesidad de ir a un mingitorio público o al ir a comprar algo a la tienda más cercana; esta ausencia en el puesto generalmente no dura más de cinco minutos (observación participante 2019-2020).

<sup>34</sup> Notas de campo #13 (NC-13). 13 de febrero 2020.

<sup>35</sup> Normalmente, a partir de las 18:00 p. m., los comerciantes empiezan a recoger sus puestos luego de una jornada de trabajo.

Sin embargo, la actividad del comercio minorista va más allá del puesto de venta y depende mucho de la mercadería que se viene ofreciendo. La mayoría de los comerciantes en la Asociación Pascoe y Vecinos ofrecen productos de procedencia americana, conocidos popularmente como “ropa americana”, “prendería usada” o “ropa usada” (Vidaurre, 2005), y así también con productos de procedencia china.<sup>36</sup> Estas mercaderías engloban a todo un conjunto de prendas de vestir, ropa de cama, juguetes, accesorios de cocina, peluches, mochilas, etcétera, y la adquisición de estos productos es mediante los farderos o mayoristas<sup>37</sup>, quienes también cuentan con puestos y tiendas de venta en los alrededores de la Feria.

No obstante, en el último tiempo, algunos comerciantes han mezclado la variedad de su mercadería, entre ropa americana y ropa nueva. Además, ya alguno que otro comerciante está costurando sus propias prendas que también son expuestas en la Feria 16 de julio, aprovechando la facilidad que tienen con su puesto para exponer la prenda que es ofrecida indistintamente. Seguidamente se ahondará en las estrategias de flexibilidad más resaltantes por los comerciantes minoristas que desarrollan de manera fluida.

## **4.2. Estrategias de flexibilidad en el comercio minorista de la Asociación Pascoe y Vecinos**

La flexibilidad dentro el ámbito del trabajo industrial, fue desarrollada durante el siglo XX y tuvo su mayor impacto mediante la implementación de las políticas neoliberales a partir de los 60 en los diferentes Estados (Harvey, 2007). Estas medidas fueron efectuadas con el afán de reorganizar, reindustrializar y establecer ajustes productivos enfocados en la flexibilidad del

---

<sup>36</sup> La mercadería china, así como la ropa americana, es ingresada por el puerto de Iquique. Sin embargo, la ropa americana es concentrada en Oruro, particularmente en el mercado Kantuta, donde es distribuida al resto del país (León, Valdez, & Vasquez, 2003).

<sup>37</sup> Estos farderos son las personas que importan la mercadería en *fardos* y se dedican a vender (sea al por mayor o por unidad) a los comerciantes.

trabajo (De la Garza, 2000; Molina, 2004) para otorgar mejores posibilidades de relacionamiento entre empleado y empleador ante el acceso laboral. En consecuencia y bajo el lineamiento de Enrique de la Garza (2000) se dieron las siguientes narrativas a continuación descritas.

En primera instancia, se dieron los aspectos de la *flexibilidad del mercado de trabajo*; dejando al mercado la asignación de empleo y reduciendo las dificultades para el acceso laboral. En suma, la fuerza de trabajo es considerada bajo retribución y no de forma gratuita, además, que los trabajadores están en constante movilidad ante la oferta y demanda laboral. Por otro lado, las instituciones ajenas al mercado son consideradas como fallas del sistema por la escasa organización que presentan (De la Garza, 2000).

Seguidamente, la *especialización flexible*, también conocida como “*posfordismo*”, se hace presente y se enfoca tanto en la regulación del producto como también del consumo. Esto en función a los periodos de estabilidad y/o crisis del mercado, en el cual, bajo la organización de los obreros se intentan frenar los despidos mediante las políticas de des producción en masa y la producción de forma variable. También se forman los distritos industriales, mediante empresas pequeñas que producen en cadena bajo contratos y tienen características propias (*ibíd.*).

Ya en tercer aspecto, la *flexibilidad del toyotismo* se maneja mediante la flexibilidad interna, bajo la idea de trabajo grupal primando los valores y las acciones en comunidad. Se busca la calidad y la integralidad entre los trabajadores, incitando a una participación para la retro alimentación empresarial. Además, la capacidad de los trabajadores son elementos preponderantes para el ascenso laboral y recae en un incentivo hacia el desarrollo de actividades dentro del ámbito organizacional de las empresas públicas o privadas (*ibíd.*).

Por tanto, la flexibilidad del trabajo es entendida desde el sector de la industria o mediante el relacionamiento de la empresa en la cotidianidad, entre el trabajador y el empleador (Figari, 2020). De esa manera, mayormente se prestó atención en la sociedad salarial, pero el ámbito de trabajo va más allá de las estructuras laborales que sobrepasan las relaciones industriales y el ámbito salarial (Belmont & Rosas, 2020). Es por eso que el trabajo clásico es visto desde un enfoque salarial, pero la misma se ha visto rebasada por espacios laborales no clásicos que se encuentran fuera del ámbito salarial rígido (*ibíd.*); es decir que va más allá del espacio laboral que se sustenta mediante una multiplicidad de prácticas y relaciones para ganarse la vida (Fernández, 2020).

Así, por ejemplo, en los espacios del trabajo no clásico y particularmente dentro la esfera del comercio, también se da la flexibilidad laboral de manera muy particular. Siendo una alternativa ante el mercado de trabajo, ya que en el comercio, no existe una relación formal de trabajo, tampoco se manejan horarios fijos para el desarrollo de la actividad (Casanovas & Escobar de Pabón, 1988). Además, esta flexibilidad permite tejer relaciones labores con autonomía propia y acceder a otros espacios comerciales bajo una adaptabilidad, diversificación y transformación de las personas ante el mercado del comercio (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015; Tassi, Hinojosa, & Canaviri, 2015; Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

No obstante, la flexibilidad que reflejan estos sectores es de manera individual, bajo sus propias experiencias, conocimientos y saberes cotidianos (Figari, 2020), los cuales se fortalecen y se expanden a medida de la coyuntura al cual se enfrentan. Por eso, los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos practican una forma de flexibilidad adaptada a

su propia realidad. A continuación se reflejan las estrategias flexibles mas significativas del rubro, enfocadas desde la emergencia de los propios comerciantes.

#### **4.2.1. Sobre el afán de aprender haciendo a la pesca de mercadería**

Principalmente, los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos toman decisiones mediante la constante exploración del rubro, arriesgándose a que los resultados sean buenos o malos. La actividad se vale de conocimientos empíricos que les permiten conocer momentos claves del desarrollo del negocio (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013), considerando el aspecto del *saber hacer* (Figari, 2020; Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Mediante esta premisa, se fundamenta las prácticas de la actividad, llevados a cabo por los propios comerciantes en los días de Feria, inclusive en la forma de preparación y adquisición de mercaderías que se pueden dar de dos maneras: por un lado, con la compra de *fardo*<sup>38</sup> y por otro lado, referido a escoger la mercadería prenda por prenda y de otros espacios.

##### **4.2.1.1. Adquisición de fardos y selección de mercadería**

Los *fardos* se constituyen en mercaderías de ropa americana de distintas marcas<sup>39</sup> (ver el anexo 3, p. 187) y es ingresado al territorio boliviano desde el puerto de Iquique Chile, para ser distribuidos principalmente en los mercados de Santa Cruz, Cochabamba, Oruro, La Paz y El Alto (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Sin embargo, el foco central de concentración de los *fardos* está en la ciudad de Oruro, particularmente en el contexto del mercado Kantuta,

---

<sup>38</sup> Un *fardo* es un amarro de ropa a medio uso envuelto en dos bolsas de sacaña o yute muy compactas, sujetado por alambres metálicos y en el interior se encuentran ropas que proceden de los Estados Unidos, Japón, Suecia, Italia y el resto del mundo (León, Valdez, & Vasquez, 2003). Su longitud aproximada es de 0,80 x 0,50 centímetros y un peso de 45 kilogramos (Rojas, 2016).

<sup>39</sup> Según el trabajo de campo, se pudo evidenciar diferentes marcas que presentan los fardos, entre ellas están: Chiron, Loma Vista, USA, Americana, Doble V, Triple A, New York, Italtex, entre otras.

donde se distribuye esta mercadería como otros productos (León, Valdez, & Vasquez, 2003). Por tanto, estos *fardos* son comercializados por los mayoristas o también conocidos como “farderas”, quienes tienen sus tiendas o puestos instalados en los alrededores de la Feria 16 de julio en el sector de la venta de ropa americana.

Los comerciantes minoristas adquieren la mercadería en *fardos* para luego poderlas exponer en su *puesto de venta*. Estas prendas de vestir tienen una gran oferta bajo el interés personal (Vidaurre, 2005) de los propios comerciantes, quienes ofrecen las diferentes marcas y modelos que se presentan. Por ello, esta mercadería es vendida al detalle, expuesta en los puestos bajo previa selección de las prendas y haberlas trabajado tanto en planchado, lavaje e incluso en arreglos como se menciona a continuación:

[E]l americano tú lo desatas [abriendo el *fardo*] y cuentas cuantas prendas tienes ¿no ve?, cuanta cantidad, porque antes dice que venía 100 prendas en un *fardo* antes, ahora ya viene 60, 70 ya ha rebajado; dice que lo abren en Chile y lo mezclan, porque antes llegaba como te digo azul, negrito, y ahora ya lo mezclan con la segunda, con la tercera. Entonces aquí hay que contar cuales son los buenos, cuales son para desatar y cual es para el remate todo eso, ¿no ve?, entonces, lo bonito lo azul, negro ancho que veo yo, entonces yo lo selecciono. Lavo los sucios y lo demás yo plancho y eso mi hijo también planchaba, de eso también le pagaba [...] Entonces así hacía el americano, entonces algunos lo arreglaba, algunos iba directo para vender y el otro para remate así, así era y eso hay que dividirse ¿no ve?, a cuánto cuesta el fardo, todo lo dividías en tal prenda, según a eso ya sabes a cómo te vas a vender, si te conviene rebajar, así era del americano. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

Una vez seleccionado el *fardo* ya comprado, normalmente el comerciante para mayor comodidad en abrir la mercadería, prefiere llevarlo a su vivienda, la tienda que alquila o inclusive en el mismo puesto para escoger las prendas. Esta selección es realizada prenda por prenda, para diferenciarlas entre *primeras*, *segundas* y *terceras* <sup>40</sup> (Vidaurre, 2005). Posteriormente, luego de la selección realizada, pasan a plancharlas una por una y en algunos casos son lavadas (cuando están sucias).

---

<sup>40</sup> Las prendas de primera son aquellas de buena calidad y casi nuevas, las prendas de segunda son aquellas intermedias que no son ni nuevas ni viejas, y las prendas de tercera son las aceptables y para arreglo (observación participante 2019-2020).

Por la cantidad de las prendas,<sup>41</sup> el comerciante realiza el análisis de la mercadería y se calcula el precio de cada una para la venta en el mercado. La definición de los precios también se relaciona mediante “[e]l cálculo de costos se combina con el estudio de la ‘competencia’” (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013, p. 174), viendo que los mismos no sean muy elevados. Primeramente se intenta recuperar el capital y los gastos que se tiene (alquiler, pago a los ayudantes y alimentación) para luego obtener las ganancias que puede verse entre cuatro a seis ferias o incluso puede tardar más, dependiendo de la calidad y la mercadería que se tenga.

Sin embargo, esta labor de obtener la mercadería mediante los *fardos*, con el tiempo fue creando susceptibilidad, porque en las mismas la calidad de las prendas iba bajando, puesto que llegaban mezcladas entre buenas y malas, causando pérdidas del negocio. De esa manera, algunos comerciantes vieron otras alternativas de adquirir la mercadería, recurriendo a escoger prenda por prenda a los farderos o mayoristas e inclusive ir a otros espacios o lugares donde puedan conseguirla. A continuación se desarrollará estos aspectos de práctica habitual entre los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos.

#### **4.2.1.2. Escoger la mercadería de fardos y otros espacios**

Los comerciantes minoristas también ven la opción de escoger las prendas de los *fardos* con la intención de no perder mercadería,<sup>42</sup> buscando generar mayor movimiento. Esta modalidad es muy efectiva porque “escogen las mejores prendas” (León, Valdez, & Vasquez, 2003, p. 61)

---

<sup>41</sup> Las prendas que vienen en un fardo varían según el producto. Por ejemplo, de pantalones jeans viene de entre 50 a 70 prendas; de camisas, entre 70 a 100 prendas; de blazer, entre 60 a 90 prendas; de calzas, entre 80 a 110. Los precios de los fardos varían de entre los 150 a 350 dólares (observación participante 2019-2020).

<sup>42</sup> En un *fardo* no todas las prendas llegan adecuadamente. Hay momentos en que al menos la mitad del *fardo* tiene prendas que no son buenas y queda venderlas a bajos precios; inclusive algunos comerciantes acumulan cierta cantidad de prendas denominadas como “rezagos” (mercadería acumulada), para venderla en cantidades o por kilo a un precio de al menos 2 bolivianos (observación participante 2019-2020).

para no estancarse en la venta de ropa. Al abrir el *fardo* se escogen prendas de *primera, segunda y tercera* que pueda ser fácilmente vendibles, y el restante se queda con la señora fardera quien amontona en pequeñas *tarimas*<sup>43</sup> y ofrece al público en general bajo precios módicos.

Sin embargo, también los comerciantes minoristas ven la opción de trajinar por toda la Feria 16 de julio, con la intención de observar modelos de las mercaderías expuestas e ir escogiendo en pequeñas cantidades las prendas que sean de su interés. De la misma forma, aprovechan los distintos días de la semana para ir a otras ferias<sup>44</sup> y comprar la mercadería que sea de su agrado en bajos precios, para luego plancharlos, lavarlos y poder ofrecerlos en el *puesto de venta*. Esta manera de adquirir mercadería prenda por prenda de otros espacios recae en la manera de aminorar gastos y exponer novedades dentro el puesto, como se menciona seguidamente.

[A] arriesgarme en esto, he hecho una buena jugada, porque he ido a otros lados, a las pequeñas ferias a buscarme pantalones; pantalones que cuestan a 10 bs, otros me daban a 12. Entonces ya en esa manera [...] he tratado de aminorar los gastos uno, y otro también que se pueda ganar un poquito más [...] Mi intención es invertir menos y ganar un poco más; entonces, así me ha dado resultado todo eso y de eso es que yo iba a las ferias, me metía a la riel con riesgo [...] Escojo los pantalones de parte en parte, tanteo de otro lado unos cuantos, unos 20, unos 10 así de feria en feria voy; en la 16 de julio ahora ya tengo caseras que me llaman igual. (Raúl HV-1, 2020, entrevista)

De esta forma, los comerciantes buscan la manera de reducir gastos en la adquisición de mercadería, recurriendo a la práctica de adquirir prenda por prenda para luego venderlas. Esta dinámica es realizada mediante la acumulación de experiencia o la diversidad de saberes que manejan en la actividad (Figari, 2020). Dentro el comercio minorista, el aprender haciendo se

---

<sup>43</sup> Las tarimas pueden ser metálicas o de madera, miden aproximadamente 1 metro por 0,80 centímetros, con una altura de 0,40 centímetros (observación participante 2019-2020).

<sup>44</sup> Las ferias que mayormente son concurridas por los comerciantes en busca de mercadería al detalle son: la Feria de lunes (sólo los días lunes), la Feria del Saxra Qhatu (martes y viernes) y la Feria de Alto Lima (miércoles y sábado) (observación participante 2019-2020).

torna muy importante, porque mediante la misma fortalecen el negocio y de manera silenciosa van expandiendo su grado de flexibilidad y versatilidad en la actividad.

Asimismo, el trabajo para el comerciante va depender mucho de la mercadería que llega en el *fardo*, es decir, en algunos casos se va prestar más atención o más trabajo que en otros. Normalmente, el trabajo que se realiza a las prendas es de planchado y lavaje para que se vean más atractivas y llamativas al público. Del mismo modo, para no perder el capital invertido, algunos comerciantes incursionan en el arreglo manual de las prendas o con el uso de la máquina de costura, subsanando las fallas encontradas como se refleja seguidamente.

#### **4.2.2. “No puedes darte el lujo de perder”: re-confección y arreglo de la mercadería**

Para no generar pérdidas en el rubro, algunos comerciantes se dan a la tarea de arreglar las prendas y rescatarlas para luego venderlas a un precio justo. Sin embargo, mediante la oferta y el incremento de la ropa americana en El Alto, y particularmente en la Feria 16 de julio, también “se encuentra articulada con una serie de talleres de “alta costura” que la reconfecionan” (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015, p. 73), achicando las prendas, colocando etiquetas y otras decoraciones llamativas, con la intención de adaptarlas al mercado local. No obstante, algunos comerciantes prefieren adecuarlas ellos mismos, sea de forma manual o mediante el apoyo de la máquina de costura como se refleja en el siguiente caso:

Antes de meterme a la costura, también arreglaba nuestra ropa americana que llega anchos; entonces no puedes perderte, darte el lujo de perder. Antes si me daba el lujo digamos tan ancho a un peso, dos pesos se vender. Una señora venía se lo llevaba todo y perdías tu dinero, lo que podías vender a 10 [bs] no lo vendías, porque estaba ancho; entonces ¿qué hacías?, ¡tengo que encogerlo esta prenda! Entonces, de esa manera hemos comprado “Over” [máquina de coser], y lo hemos empezado a encoger, de eso sabía algo manejar ¿no ve?, algo. Un amigo también ha llegado de Argentina y me ha enseñado alquito, de esa manera también he aprendido a encoger. (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista)

La idea que maneja el comerciante en arreglar las prendas, es justamente la de no perder mercadería o caer en un incremento en los rezagos para luego venderlos a precios bajos; en tal

sentido, se apoya en sus habilidades manuales o mediante la máquina de costura.<sup>45</sup> Pero, cuando ya se quiere arreglar una prenda con el uso de la máquina, el comerciante solicita a algún familiar que le indique o en todo caso recurre a sus amistades para que le guíen en la forma de adaptar la prenda, bajo un aspecto de transmisión de saberes (Figari, 2020). De esa forma se intentan rescatar las prendas (anchas, largas y con fallas) y no “hacer dormir” el capital, siendo un dinero que está invertido y no se puede dar el lujo de perderlo.

Además, en algunos comerciantes que saben de costura se les hace más factible adaptar el modelo de la prenda para reducirla. Así, no se pierde la materia prima, porque según la demanda que se tiene se busca un buen material; es decir, los clientes buscan la calidad en las prendas (Arana & Condori, 2018). En tal sentido, algunos comerciantes se enfocan en rescatar el material de la mercadería, inclusive bajo la creación de sus propios moldes para darle forma a las prendas como se expone a continuación:

[Y]o he visto la manera de que se puede arreglar y como mi trabajo es la costura; entonces, ya he empezado a arreglarlos, pero a un principio me iba mal, porque yo todo también lo arreglaba [...] le dejaba solamente los bolsillos y algunos pantalones incluso lo hemos “matado” [...] incluso el molde americano es distinto, he tratado yo con mis conocimientos, he hecho otros moldes, pero, ninguno le daba [...] he tenido que sacrificar algunos pantalones que realmente llegaban [...] tal como eran, pantalones de tela y cigarrete [...] he desatado y ¿dónde estaba la falla? En que el corte americano también había tenido mucho que ver; el corte americano no es como el corte nacional que aquí los sastres conocemos [...] por eso yo más que todo he visto esa parte [...] que se puede explotar el material, porque es materia prima. (Raúl HV-1, 2020, entrevista)

La práctica que cotidianamente emplean los comerciantes para un mejor desempeño en la actividad es la siguiente: “Se trata de una trama que se teje entre saberes de distinta naturaleza, algunos de los cuales permanecen irreflexivos en los trabajadores y trabajadoras” (Figari, 2020, p. 269). De ese modo, los comerciantes van aplicando una serie de saberes implícitos

---

<sup>45</sup> El comerciante, si no tiene experiencia en manejar la máquina de costura, debe darse modos para manejarlo. Esto puede ser mediante la ayuda de un familiar, amistad o inclusive inscribiéndose a cursos de costura en cualquier institución, sea pública o privada (diálogo informal con Gonzalo).

relacionados con la sabiduría, la capacidad, la experiencia y la práctica que les permiten tener perseverancia y dedicación, arriesgándose a los resultados que pueden ser favorables o desfavorables para la actividad. Asimismo, estas formas de encarar el negocio no son las únicas, ya que el comerciante constantemente opta por otras alternativas, con la intención de que la mercadería logre venderse más rápidamente y no se quede estancada como se señala inmediatamente.

#### **4.2.3. Hacer girar la mercadería: más opción para la venta**

En el comercio, ante la variedad de productos que se ofrece, algunos comerciantes recurren a una “lógica de encadenamiento y rotación no solo de actores, sino también de aparataje vinculado al comercio” (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013, p. 188); es decir, rotación de productos y del personal que participa en la actividad, ocupando de esa manera los espacios locales y rurales<sup>46</sup> indistintamente. Sin embargo, la situación mencionada es poco frecuente en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos, porque ellos se enfocan en realizar la actividad en los días jueves y domingo, fortaleciendo de esa manera sus conocimientos de índole situado (Figari, 2020). En ese sentido, para generar una forma de variabilidad en el puesto, y no cansar a la clientela con las mismas prendas, estratégicamente se opta por hacer girar la mercadería, mediante el cambio o renovación de las prendas y no necesariamente se cae en una diversificación de productos como se expresa en el siguiente caso:

[L]a mercadería hay que hacerlo girar, que una prenda que está ahí dos o tres ferias, ven lo mismo y la gente se desanima, no compra. Entonces, hay que llevar otras prendas para cambiarlas [...] la mercadería para mí tiene que girar rápido; yo siempre le digo a mi esposa que tiene que girar así. Si una mercadería está ahí estancada es porque no da frutos [...] si una

---

<sup>46</sup> Los comerciantes emergentes a menudo trajinan entre el espacio urbano y rural ofreciendo una variedad de productos. En el caso de las ferias rurales, estos comerciantes por la facilidad de transportarse que tienen, acuden en días y fechas específicas a los espacios feriales de Guanay, Caranavi, Desaguadero, Villazón entre otras (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

mercadería es buena tiene que girar, tiene que girar, por eso es que hay oferta y demanda. (Raúl HV-1, 2020, entrevista)

De esa forma, la mercadería no puede quedarse estática, sino debe estar en constante movimiento o en circulación (Harris, 1987). Por tanto, la *praxis* de hacer girar la mercadería es porque se intenta mostrar al cliente novedades y que no simplemente se observen las mismas prendas en los días de Feria; es decir, se busca no caer en un estancamiento y bajas ventas. Así, para que esta acción sea efectiva, algunos comerciantes intentan expandirse en el rubro, inyectando mayor capital, incorporando mayor ayuda e intentando conseguir algún puesto extra en lugares distantes.

Por ejemplo, en el caso de algunos comerciantes, por los años de permanencia en la actividad, mediante el apoyo de la familia y los ayudantes, logran manejar entre dos a cuatro puestos ubicados en distintos lugares. De esa manera, combinan la mercadería entre camisas juveniles, calzas de dama y blazer (un tipo de mercadería en cada puesto) que son trabajados de manera muy atenta. La dinámica que se maneja en los diferentes puestos es la de mezclar la mercadería entre los recién traídos con los que ya están algunas ferias; además, después de un determinado tiempo (uno a dos meses) se hace girar la mercadería aprovechando la disponibilidad de los puestos, con la intención de vender más rápidamente.

Quando hacías girar entonces tenías más opción de venta [...] porque si tienes un solo puesto y la misma mercadería no más, la misma mercadería no más, muchas veces no vendes. Por eso, es que se hace girar, por eso es que dábamos a los ayudantes para que lo vendan para que giren; como te decía en el puesto dos dejábamos, después del puesto dos estaba en el puesto tres. Pero no eran pues lado a lado los puestos, sino que, en diferentes lugares; entonces, la gente que camina veía pues que, en diferentes lugares, las mercaderías ya escogían, alzaban y llevaban. (Pablo HV-5, 2020, entrevista)

Esta manera de hacer girar la mercadería incita a los comerciantes a buscar otros espacios y expandirse en el negocio. Esta medida es desarrollada por los comerciantes que tienen esa capacidad de expansión lograda por los años mediante los conocimientos adquiridos en el rubro, los saberes movilizados relacionados con la iniciativa y creatividad propia (Figari, 2020).

Asimismo, los comerciantes que solo cuentan con un puesto, consideran esta situación mezclando las prendas de reciente adquisición con las anteriores, guardando la mercadería antigua; es decir, se deja de exponer las prendas de ferias pasadas por las novedosas y de reciente adquisición.

Esta dinámica que se presenta en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos de manera tácita es aplicada con sus propias particularidades; no simplemente recurren a esta práctica de manera pasiva, sino también de forma activa, especialmente en las diferentes temporalidades del año o según la coyuntura. Del mismo modo, por la dinámica inesperada del contexto y la versatilidad del rubro, la actividad se vio en la necesidad de considerar nuevos cambios influenciados por la pandemia coronavirus 2019 (COVID-19) que afectó no solo a los comerciantes, sino a toda la población en su conjunto, obligando a reinventarse buscando nuevas formas de continuar en la actividad. De esa forma, seguidamente se desarrollará las opciones considerados por los comerciantes ante esta situación.

#### **4.3. Cambios coyunturales a partir de la pandemia coronavirus en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos**

En Bolivia, la llegada del coronavirus<sup>47</sup> se dio mediante algunos casos de importación (Rojas U. R., 2020), ante tal suceso el gobierno de turno se vio en la necesidad de instaurar una serie de decretos para salvaguardar la salud y no caer en un colapso sanitario. Mediante el Decreto Supremo N° 4192, 4196 y 4197, se dieron los primeros lineamientos de cuidado, prevención y medidas de la cuarentena. Al pasar los días, y con los incrementos de los casos de coronavirus

---

<sup>47</sup> Los antecedentes de la pandemia COVID-19 se dieron en el continente asiático y particularmente en el país de China a finales del 2019 (Durand & Castillo, 2020; Han, 2020). Con el pasar de los días, este virus llegó a todos los Estados, que se vieron en la necesidad de instaurar medidas como el confinamiento social (Seoane, 2020). Muchos países cerraron fronteras e intentaron reducir los contagios para no entrar en un caos. Y, con la expansión del virus, se colocó en jaque al sistema moderno capitalista que ha intentado explicar las causales de tal suceso, pero se menciona que los únicos culpables de esta catastrofe serían los propios humanos (Nuñez del Prado, 2020).

en Bolivia, el Estado se vio en la necesidad de promulgar el Decreto Supremo N° 4199, implementando la cuarentena total, paralizando todas las actividades en general, de forma que solo se podía salir de los hogares para abastecerse de alimentos entre los horarios de 07:00 a. m. a 12:00 p. m.

Se paralizaron todas las actividades del territorio boliviano. Mas, esta medida no podía sostenerse por más tiempo, ya que muchas familias trabajan y viven al día, así como también el sector empresarial que precisaba generar movimiento. Por consiguiente, el Estado promulga el Decreto Supremo N° 4229, activando la flexibilidad de la cuarentena de forma condicionada y dinámica, para retomar las actividades del sector minero, agricultura, industrial, textil, construcción y algunos comercios bajo las medidas de bioseguridad y evitando aglomeraciones (Decreto Supremo N° 4229, 2020). Posterior a este Decreto, se realiza otra ampliación de la cuarentena condicionada y dinámica hasta finales del mes de agosto, pero ya en fecha del 27 de agosto de 2020 se menciona la etapa de post-confinamiento de la cuarentena, incitando a la población a no bajar la guardia y realizar una vigilancia permanente (Decreto Supremo N° 4314, 2020).

Sin embargo, la etapa más crítica de la cuarentena se dio entre los meses de marzo, abril y mayo, cuando muchas familias no percibieron ingresos, especialmente aquellas que no cuentan con un empleo asalariado. A pesar de los incentivos de parte del gobierno y de la implementación de bonos (familia, universal y la reducción en las tarifas de servicios básicos tanto de luz y agua), no podían sobrevivir sin generar ingresos y menos aquellos trabajadores que tienen sus negocios en la calle (De Sousa, 2020). Por tanto, algunos de los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos, al verse sin reservas económicas, procuraron modos para generar ingresos, aprovechando algunos espacios de pequeñas ferias que se instalaban de

manera temporal en los alrededores de sus barrios o zonas, para amortiguar especialmente el aspecto de los gastos de alimentación, como se menciona a continuación.

[D]esde que ha habido una parte de la flexibilización [...] Hemos empezado a salir a las pequeñas ferias que había acá [...] justo aquí arriba de mi casa más arriba, allá atrás unas tres, cuatro cuadras hay otra feria los días lunes, miércoles y viernes; aquí los días jueves ya no se salía en la 16, se salía aquí a dos cuadras [...] entonces en eso nos dedicamos con mi esposa, en esas pequeñas ferias íbamos [...] Pero como te digo, la gente de acá donde vivo es de escasos recursos [...] no pueden comprar una prenda que cuesta 40, 30 bs, no están en esa posibilidad. Entonces, nosotros tenemos que llevar prendas que si pueden pagar [...] son prendas que estaban al remate; digamos que nosotros rematábamos en la 16 de julio a 10 bs, [...] aquí le estamos dando a 8 pesos o a 5; entonces para ellos es más accesible comprar una prenda, ese precio sí, a ese precio, hasta 10 bs ya pueden pagar, pero más de eso no [...], esas prendas hemos ido a vender aquí a las ferias [...] con eso ya para la comida por lo menos amortigua algo ya [...] También he hecho barbijos para niños, barbijos pequeñitos para niños he costurado. (Raúl HV-1, 2020, entrevista)

Los comerciantes aprovecharon los espacios que se habilitaron como ferias, ofreciendo mercaderías que tenían guardadas en sus viviendas. Inclusive algunos se animaron a confeccionar barbijos (de niño y para personas mayores). Esto permitió generar ganancias solamente para gastos de alimentación y para poder enfrentar la situación. De esa manera, el incremento temporal de ferias en El Alto fue una respuesta ante la necesidad y falta de recursos, adueñándose de calles, aceras y avenidas producto de la pandemia del coronavirus (*El Diario*, 2020).

El Gobierno Autónomo Municipal de El Alto ante la situación, implementó medidas de regulación para las ferias y mercados, habilitando días de comercialización en la semana (entre los días martes y viernes) con el 50 % de sus afiliados, manteniendo estrictas medidas de bioseguridad, así como el distanciamiento social (Ley Municipal Transitoria 607, 2020). Con la aprobación de esta Ley en el municipio de El Alto, las actividades del comercio, y particularmente las de la Feria 16 de julio, retornaron nuevamente los movimientos comerciales, después de haber estado ausente por casi ocho semanas. Pero la dinámica de esta Feria cambiaría, porque ya no se llevaría a cabo en los días jueves y domingo como tradicionalmente

se desarrolla, sino que desde el 22 de mayo hasta finales de agosto se efectuó en los días martes y jueves.

Las bajas ventas y la poca asistencia de clientes en la temporada de cuarentena no frenaron a los comerciantes en el negocio, más al contrario se mantuvieron firmes en sus puestos, con las medidas de bioseguridad mediante la utilización de barbijos, alcohol en gel y en algunos casos con mamelucos. En la Asociación Pascoe y Vecinos, de igual manera, los comerciantes desarrollaban la actividad fielmente a pesar de los malos resultados en las ventas: “si no hay, pero hay que seguir nomas, no podemos dejarlo. Ahora sólo hay que vender para la comidita nomas”.<sup>48</sup> De esa manera y no conformarse con el poco movimiento, algunos comerciantes vieron la necesidad de utilizar las redes virtuales, como alternativa para ofrecer sus productos ante la falta de clientela, siendo una ventana para generar ingresos como se atestigua seguidamente.

Si durante la pandemia, yo he empezado a vender mis blazers por las redes sociales [...] lo he publicado, me iba bien; vendía bien también y de esa manera me ayudaba, porque en la 16 ha bajado también no había venta, vacío era; entonces he aprovechado en vender por las redes sociales [...] En grupos de Facebook [...] “guerra de subasta”, “ventas ropa usadas”, venta de, hay ya no me acuerdo; pero en grupos de Facebook vendía [...] Me preguntaban las tallas, me preguntaban si realmente ese era el precio. Al que realmente le interesaba me decía para tal día quiero, a esa hora; entonces, yo le decía perfecto, se lo llevaba a esa hora, de esa manera vendía. (Wilma EE-3, 2020, entrevista)

De esa manera se aprovechó el uso de las plataformas virtuales, especialmente de Facebook que fue manejado como un mercado electrónico (Hart, 2000), donde mediante la publicación de imágenes de las prendas se realizaban las ofertas, indicando el precio, talla y la industria. Esta medida de uso del internet puede considerarse a la vez como una “conectividad para tener contacto con clientes” (Bueno, 2020, p. 319); bajo diálogos por Messenger entre el vendedor y el comprador se llega a una conformidad bajo un precio acordado (Hart, 2000). Los lugares

---

<sup>48</sup> Observación participante y notas de campo #17 (NC-17). 04 de agosto 2020.

concertados para la entrega de mercadería eran los espacios céntricos<sup>49</sup> por la propia seguridad de ambas personas (vendedor–comprador).

Esta dinámica fue adoptada por los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos buscando posibilidades para ganarse la vida (Narotzky, 2015) y generar ingresos, mediante alternativas de adaptación a las nuevas formas que se presentan cotidianamente (De Sousa, 2020). Esto ayudó a proseguir con las actividades del comercio y puede resumirse de la siguiente manera: por un lado, de cabalgar por nuevas ferias temporales cercanas a sus zonas y con la costura de barbijos, y, por otro, mediante el uso de las páginas virtuales como Facebook, que ayudaron a las bajas ventas realizadas en los puestos. Además, en estas circunstancias se fortaleció la cohesión social de los comerciantes, como se desarrollará en el siguiente capítulo.

---

<sup>49</sup> En El Alto, mediante acuerdos mutuos, se entregaban en las estaciones del teleférico rojo y amarillo, plaza Ballivian, puerta de Ceibo en la ceja y Chacaltaya; en la hoyada paceña: plaza Alonzo de Mendoza, plaza del Estudiante y Obrajes (Wilma EE-3, 2020, entrevista).

## **CAPÍTULO V: RELACIONES DE COHESIÓN SOCIAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA ASOCIACIÓN PASCOE Y VECINOS**

En este capítulo se abordará la relación del comerciante con la asociación y las relaciones sociales entabladas para mantener la actividad comercial de manera ininterrumpida. También se hará mención de la solidaridad que surge en situaciones inesperadas entre los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos. Seguidamente se pasará a describir la organización de los comerciantes y algunas características particulares de esta asociación.

### **5.1. Características organizativas de la Asociación de Comerciantes Minoristas en**

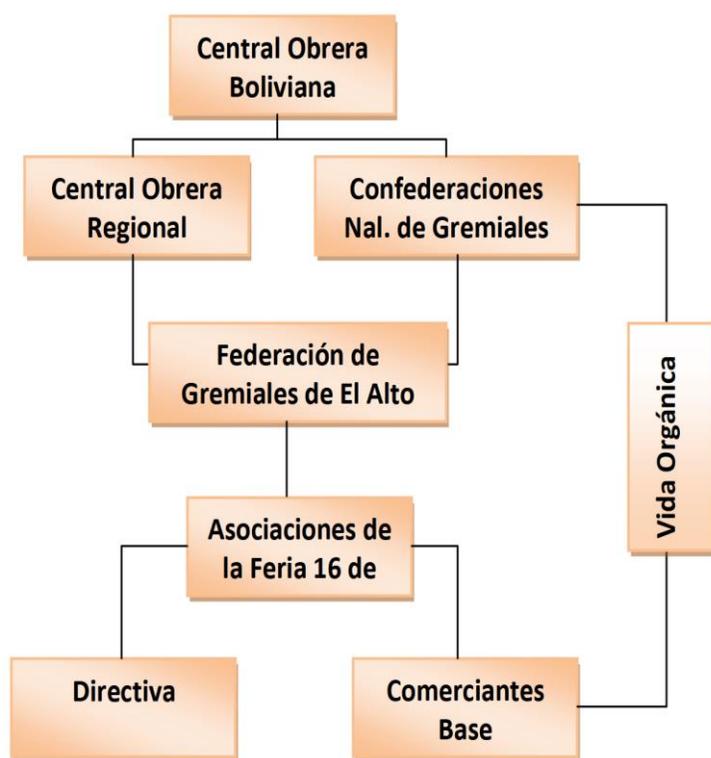
#### **Artículos Varios Pascoe y Vecinos**

La modalidad para asegurar el trabajo y generar estabilidad en la actividad del comercio, es mediante la conformación de instituciones con normas y autonomías propias (Tassi & Canedo, 2018). Asimismo, algunos estudios clásicos desde la antropología urbana tanto en Perú y Bolivia, reflejan que las estrategias colectivas de los migrantes se dieron mediante la conformación de asociaciones regionales, orientados a establecer acercamientos a fuentes de empleo, apoyo social, económico y sentimientos de solidaridad (Altamirano, 1988; Golte & Adams, 1987; Albó, Sandoval, & Graves, 2016). Estas acciones fueron aprovechadas por la población migrante, con la intención de establecerse en el ámbito urbano; además, estas dinámicas fueron consideradas en otros espacios organizacionales como por ejemplo el comercio.

Actualmente, los comerciantes lograron organizarse mediante una representatividad que se da en tres niveles: el primer nivel está conformado por las distintas organizaciones de base y son representadas por las asociaciones; en el segundo nivel se encuentran las federaciones, que llegarían a ser organizaciones intermedias; y el tercer nivel es conformado por las

confederaciones de alcance nacional, siendo esta jerárquica de los dos anteriores niveles (Rojas B., 1995). De esa manera, en el primer nivel, existe un relacionamiento de carácter horizontal (entre el gremio, familia y amistades); y en los dos niveles restantes el relacionamiento es de carácter vertical (con instituciones jerárquicas) (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015; Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013). En cuanto al relacionamiento de carácter vertical, el sector del comercio tiene el reconocimiento ante entidades macros como la Central Obrera Regional (COR) y la Central Obrera Boliviana (COB) como se refleja en el siguiente organigrama:

**Figura 3: Estructura orgánica de relacionamiento con instituciones**



Fuente: Díaz (2015, p. 138).

El organigrama expuesto presenta la relación entre comerciantes de base, asociaciones, federación de gremiales, artesanos, comerciantes minoristas y vivanderos de El Alto; así, también con la Confederación Nacional de Gremiales; Central Obrera Regional y la Central

Obrera Boliviana. Es necesario recalcar que cada una de las organizaciones mencionadas cuenta con un Estatuto Interno acompañado de su Reglamento, fomentando la actividad de *vida orgánica*<sup>50</sup> dentro sus asociados. En tal sentido, para el caso de los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos, la manera organizativa que presentan se detalla a continuación.

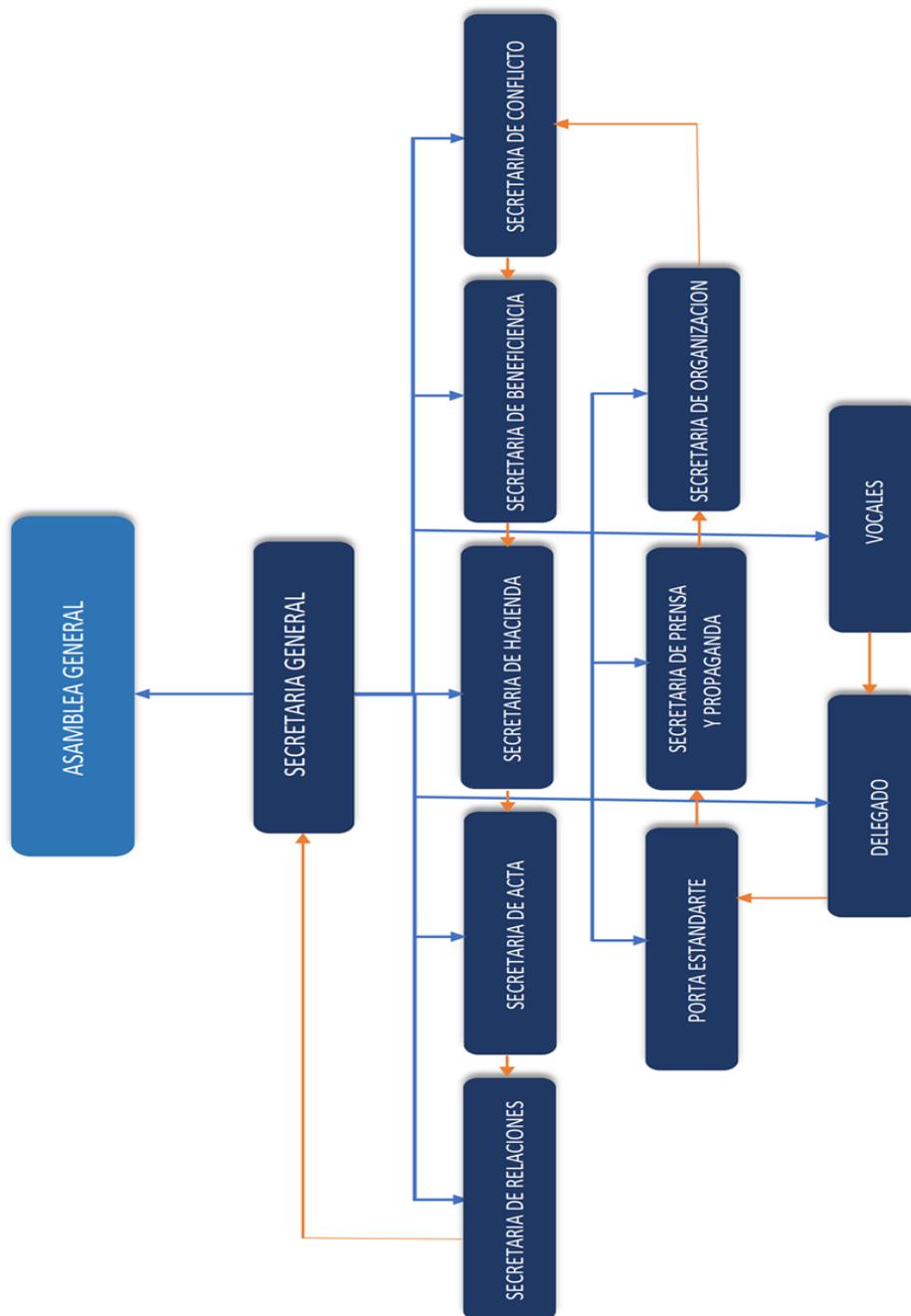
### **5.1.1. Estructura orgánica de la Asociación**

La Asociación de Comerciantes Minoristas en Artículos Varios Pascoe y Vecinos fue fundada el 7 de junio de 1998. Actualmente se encuentra legalmente establecida mediante Ordenanza Municipal N° 086/2002 y con Personería Jurídica N° 255/2004. Por esta razón, tiene la facultad de cobijar en su seno organizacional a los asociados o afiliados, quienes cumplen las determinaciones emanadas por la asociación. Asimismo, existe la inclusión a nuevos simpatizantes que deseen ser parte de la actividad mediante solicitudes ante el directorio como también a la Asamblea Ordinaria, quienes aprueban el pedido; por tanto, el directorio que compone esta asociación se refleja en el siguiente organigrama:

#### **Figura 4: Organigrama de la Asociación de Comerciantes Minoristas Pascoe y Vecinos**

---

<sup>50</sup> La vida orgánica se da en relación a cumplir ciertos deberes en la organización y estas pueden ser: asistir a reuniones, marchas, desfiles, cumplir con aportes designados y también asumir la dirigencia (Pablo HV-5, 2020, entrevista).



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del Estatuto Interno de la Asociación Pascoe y Vecinos.

El organigrama expuesto anteriormente, refleja las carteras específicas que son ocupadas por las personas elegidas mediante la Asamblea General. Para ocupar estos cargos, se debe tener como mínimo dos años de permanencia como comerciante afiliado al gremio y para ocupar la

cartera de la Secretaría General, se debe de tener una antigüedad mínima de tres años. La elección de las diferentes carteras es de forma rotativa mediante la numeración de los puestos de venta y la posición de la directiva es llevada a cabo cada dos años (ver el anexo 4, p. 188). Por tanto, las funciones que desempeñan la directiva según el Estatuto Orgánico puede describirse de la siguiente manera:

La *Asamblea General* es la máxima instancia para la toma de decisiones entre los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos. Esta instancia es llevada a cabo mediante sesiones ordinarias (cada 3 meses) y extraordinarias (las veces que fueran necesarias). Existe una consideración<sup>51</sup> para las personas que no puedan asistir a las asambleas por razones de fuerza mayor. Las atribuciones que contempla la Asamblea General son: elección del directorio, aspectos de afiliación a la actividad, presentación de informes del directorio, conflictos internos, amenazas a la actividad, asuntos varios, entre otros temas.

La *Secretaría General* puede ser ocupada por una mujer o un varón, quienes tienen la facultad de representar a la asociación en cualquier tipo de eventos (públicos y legales). Así también preside las asambleas y reuniones internas del directorio, brinda informes a las bases sobre cualquier eventualidad que concierne a la organización. Además, realiza la coordinación con todo el directorio sobre las temáticas y se analizan posibles decisiones antes de proponerlos en asamblea.

La *Secretaría de Relaciones* realiza el archivo de toda la documentación recibida, da lectura a la correspondencia aceptada frente a la Asamblea General. Asimismo, redacta y realiza el despacho de las notas por enviar mediante la coordinación con la Secretaría General. En caso

---

<sup>51</sup> La consideración por la inasistencia del comerciante ante la Asamblea General se da mediante una nota escrita al directorio, indicando el motivo o las causas de la ausencia al evento. Esta solicitud es una manera de evitar multas y sanciones; además, esta vía simplemente puede darse en dos ocasiones durante una gestión (observación participante 2019-2020).

de fuerza mayor reemplaza a la cartera mencionada anteriormente, tomando las riendas y las obligaciones concernientes que faculta dicha responsabilidad. Esta cartera puede ser ocupada indistintamente por un varón o una mujer.

La *Secretaría de Actas* se encarga de la redacción de los acuerdos emanados por las asambleas y es de su facultad el manejo exclusivo del libro de actas, como de otros documentos relacionados a la cartera. Este cargo puede ser desarrollado por un varón o una mujer indistintamente, realizando el control a las listas de afiliados, tomando nota de los asistentes y faltantes a las reuniones. Además, esta cartera puede reemplazar a la Secretaría de Relaciones en caso de fuerza mayor.

La *Secretaría de Hacienda* administra los fondos de ingreso y egreso de la asociación bajo el total conocimiento de la Secretaría General. Además, es la encargada de cubrir los gastos del directorio ante eventualidades que sea de interés para la Asociación Pascoe y Vecinos, brindando recibos correspondientes para su descargo mediante el registro en el libro o *cuaderno de caja*.<sup>52</sup> Esta cartera es ocupada por una mujer o varón, que sea propietario de un inmueble como garantía del manejo económico ante cualquier situación.

La *Secretaría de Beneficencia* se encarga de atender solicitudes de emergencia de los afiliados, mediante los aportes al fondo social, aportes solidarios y voluntarios destinados para la ayuda respectiva. Este aporte es manejado mediante registro en un libro de caja, donde se anota los ingresos y egresos de los aportes que se realizan mensualmente. Además, en caso de fallecimiento de algún afiliado, mediante esta cartera y en coordinación con el directorio, se hacen presentes de manera personal para brindar el apoyo necesario a los familiares.

---

<sup>52</sup> El cuaderno de caja es un registro manual que se hace en una libreta empastada de tamaño carta, donde se detallan los montos entregados a la directiva mediante la rúbrica de firmas. Así también se hace el registro de los montos económicos ingresados a la Asociación Pascoe y Vecinos para futuros descargos (observación participante, 2019-2020).

La *Secretaría de Conflictos* se encarga de mediar los problemas suscitados de manera interna entre afiliados, poniéndose de intermediario para evitar algún conflicto y llegue a mayores. Además, debe estar pendiente ante algún mal comentario que pueda estar circulando entre los afiliados que vaya en desmedro de la institución y la directiva. Al mismo tiempo, y en circunstancias de fuerza mayor, puede remplazar las actividades de la Secretaría de Hacienda.

La *Secretaría de Organización* lleva el control de los asistentes en las diferentes concentraciones como desfiles, marchas y otro tipo de eventualidades. Así también hace el registro a la lista de las personas faltantes al evento, dando parte a la directiva para su respectiva sanción por la ausencia del comerciante ante la actividad programada y acordada en asamblea. También puede remplazar a la Secretaría de Conflictos en caso de algún impedimento o fuerza mayor.

La *Secretaría de Prensa y Propaganda* puede ser asumida por una mujer o un varón, encargándose de la redacción y repartición de citaciones o comunicados para los diferentes eventos o asambleas, concentraciones de desfiles, manifestaciones y otros actos. De la misma forma, difunde a las bases las resoluciones emanadas por las asambleas para evitar malas interpretaciones. Además, brinda apoyo a las demás carteras cuando se encuentran con arduo trabajo.

El o la *Porta Estandarte* es el responsable directo del cuidado, manejo y resguardo del estandarte que es utilizado como símbolo de representatividad ante desfiles cívicos, concentraciones o manifestaciones que se dan en situaciones coyunturales. También esta cartera puede remplazar a la Secretaría de Prensa y Propaganda bajo contextos inesperados y de fuerza mayor. Además, el cargo puede ser ocupado por una mujer o un varón indistintamente.

*Delegada/o a la Federación* es un cargo, siendo una de sus funciones la asistencia ante ampliados y reuniones llevados a cabo en la federación del gremio. Esta cartera puede ser representada por un varón o una mujer, y su responsabilidad es informar al directorio como a las bases sobre los acuerdos, resoluciones y determinaciones de la instancia superior. A su vez, también apoya a las demás carteras y puede llegar a remplazar al Porta Estandarte por impedimento de fuerza mayor.

Los *Vocales* pueden ser elegidos entre varones o mujeres. Esta cartera normalmente es llevada por dos personas. Estas personas coadyuvan y colaboran al directorio en todas sus actividades a desarrollar, coordinando en la entrega de citaciones, despachar la correspondencia y demás. En caso de fuerza mayor e impedimento, puede remplazar al Delegado a la Federación ocupando sus funciones.

Todos los cargos mencionados componen al directorio de la Asociación Pascoe y Vecinos, quienes están delegados en encaminar el buen funcionamiento de la institución y ante situaciones de contingencia son los encargados de brindar apoyo a los afiliados. De esa manera se conforma esta asociación tanto por hombres y mujeres que realizan la venta en sus puestos dos veces por semana. La asociación es un ente de representación del comerciante ante instancias superiores, inclusive hacia el Estado (Lazar, 2013); por eso normalmente el comerciante prefiere afiliarse al gremio para poder desarrollar la actividad con total tranquilidad.

### 5.1.2. Afiliación y el derecho a la venta en la Asociación

En la Asociación Pascoe y Vecinos, la afiliación de los comerciantes es considerado como una forma de seguridad<sup>53</sup> y de defensa en la venta del producto que se ofrece (Julio EE-1, 2020, entrevista). El comerciante, luego de haber adquirido un puesto o haber negociado su transferencia, necesariamente tiene que pasar a ser miembro activo de la asociación. Pero para tal efecto, existen ciertos requisitos para estar legalmente afiliado y cumplir con las responsabilidades de la institución.

Por tanto, para ser considerado como afiliado y miembro activo de la asociación se valora la *buena conducta*<sup>54</sup> que refleja el interesado con los propios comerciantes. Normalmente este buen comportamiento es exhibido en la actitud y el desempeño mostrado en el periodo de inquilinato en el puesto o, en algunos casos, desde que trabajó como ayudante en la actividad. Así, cuando ya se consigue el traspaso del anterior dueño, se prosigue con la emisión de solicitud de afiliación al directorio, para luego exponer el caso en Asamblea General quienes consideran la aprobación o negación del solicitante.

[U]na vez comprado el puesto te vas a afiliar, pagas una afiliación [...] ¿Cuánto es la afiliación?, antes era 700 [bs], ahora es 1500 [...] vas presentas una carta, primero presentas un documento de compra y venta, un documento a pulso; porque no se pueden vender puestos en la 16. Entonces te haces un documento a pulso, firma la dueña, firmas vos, presentas al directorio y ahí evalúan pues. Entonces, evalúan y dicen ya, sales al frente [de la asamblea] y te dicen, leen tu carta primero: se solicita que el joven Gonzalo quiere ser afiliado de puesto porque está vendiendo más de tanto tiempo y se lo está comprando el puesto a tal señora; entonces, lo leen al frente y la gente; pasas al frente y te ven, te ven y dicen sí. (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista)

De esa manera, la afiliación para el comerciante únicamente se da mediante la adquisición de un *puesto de venta*, cuyos aspectos de negociación difícilmente salen a la luz, por las

---

<sup>53</sup> En el sentido de que el comerciante pueda tranquilamente vender su mercadería sin necesidad de represalias por las instancias estatales, por otros comerciantes o sectores.

<sup>54</sup> La buena conducta se manifiesta mediante la responsabilidad, el saludo, la educación, el respeto, el cumplir con los acuerdos, el tener predisposición para cualquier situación, la colaboración en eventualidades y el buen trato entre los demás comerciantes (diálogo informal con doña Benita y observación participante 2019-2020).

prohibiciones de instancias superiores como el municipio. Por eso de manera interna se realiza contratos a mano alzada, como garantía de haber traspasado el puesto a los nuevos dueños. Consiguientemente queda en manos de la magna asamblea dar el visto bueno o en el peor de los casos no aceptar la transferencia.

Asimismo, el comerciante para llegar a afiliarse en la Asociación Pascoe y Vecinos maneja el buen comportamiento o la *buena conducta* de manera favorable, con la intención de lograr la aceptación de los comerciantes sin ningún inconveniente ante la Asamblea General. Las personas interesadas (tanto el que traspasa el puesto como el que la adquiere) se ven en la necesidad de exponer las causales de transferencia y adquisición del puesto.<sup>55</sup> Además, en esta instancia, se “provee formas morales de actuar (en términos de la opinión general de las bases) y material para las subsecuentes discusiones informales y decisiones que serán tomadas por los protagonistas de cualquier disputa.” (Lazar, 2013, p. 247), buscando la mejor decisión para los afiliados sin necesidad de perjudicarlos.

Pero, también, la Asamblea General, siendo la magna instancia de toma de decisiones, puede realizar observaciones en referencia al traspaso del puesto; esto se da normalmente en los comerciantes que recién se afiliaron y que no hayan cumplido con la vida orgánica, dándoles la negativa porque “no se puede traspasar el puesto y servirse de eso”.<sup>56</sup> Esta decisión de las bases es irrefutable y solo queda esperar un tiempo para que la opinión cambie, por el autocontrol de los comerciantes que se instaura en la institución (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, &

---

<sup>55</sup> Normalmente los motivos más usuales en la adquisición del puesto es haber ambulado durante varios años, logrando conseguir el puesto con mucho esfuerzo para solicitar ser parte de la asociación, comprometiéndose a cumplir las disposiciones del Estatuto y del Reglamento Interno. Por otro lado, el comerciante que está realizando el traspaso del puesto normalmente arguye situaciones muy personales y de fuerza mayor, dejando en manos de la Asamblea General la aceptación o el rechazo (observación participante en la Asamblea General del 30 de septiembre de 2019).

<sup>56</sup> Notas de campo #07 (NC-07) y observación participante en la Asamblea Ordinaria del 30 de septiembre de 2019.

Ferrufino, 2013). No obstante, los comerciantes que logran la afiliación sin ningún problema se encuentran prestos a cumplir las normas, reglas y vida orgánica en la asociación.

### 5.1.3. Vida orgánica y responsabilidades del comerciante minorista

El comerciante, cuando ya se encuentra legalmente afiliado, de manera automática pasa a ser miembro activo de la asociación y asume inmediatamente las responsabilidades colectivas (con el grupo) e individuales (personal). Estos compromisos son desarrollados mediante los derechos y obligaciones (Albó X., 2010) que demanda la actividad; por un lado, los derechos están enfocados a la libre venta y protección del trabajo ante amenazas externas de la actividad; y por otro, las obligaciones van relacionados con el funcionamiento de la asociación mediante el cumplimiento de la vida orgánica que “hace referencia a la participación en las actividades de la asociación.” (Lazar, 2013, p. 193). Así, estas responsabilidades individuales y colectivas pueden ser expuestas en la siguiente tabla.

**Tabla 2: Responsabilidades de los comerciantes en la Asociación Pascoe y Vecinos**

Nº	Responsabilidades individuales	Características	Responsabilidades Colectivas	Características
1	Aportes al fondo social (Bs.2) y cuotas mensuales (Bs. 3)	De carácter establecido mediante pagos mensuales de los afiliados	Trabajos conjuntos	Mediante el mandato de la Asamblea General
2	Mantenimiento del puesto	De carácter individual y consecutivo	Asistencia a desfiles	En fechas patrias y aniversarios, mediante acuerdo de la Asamblea General
3	Limpieza del puesto	De carácter individual y en cada día de Feria	Asistencia a marchas	Mediante el mandato de la Asamblea General

				y ante situaciones de emergencia
4	Evitar conflictos (riñas, peleas, disgustos, malos entendidos)	De carácter individual para con sus compañeros	Asistencia a los aniversarios	Realizado cada dos años para ser testigos de la posesión del nuevo directorio ante los representantes de la federación
5	Asumir cargo del directorio	Por orden rotatorio y mediante numeración del puesto y en coordinación colectiva	Asistencia a las asambleas	En una gestión, la participación debe realizarse en cuatro ocasiones

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de entrevistas y observación participante 2019-2020.

Las responsabilidades expuestas en la tabla, reflejan las actividades a realizar para el cumplimiento de la vida orgánica en la Asociación Pascoe y Vecinos. Esta forma de organización, que considera las dinámicas individuales (interés propio) y colectivas (interés común), recae en la unidad dual (Yampara, 2001) de complementación y que dan vida a la asociación. Asimismo, mediante el aporte de las cuotas mensuales<sup>57</sup> y al fondo social,<sup>58</sup> los comerciantes se aseguran el beneficio para utilizarlo en alguna situación de contingencia (accidente, enfermedad o muerte) que pueda llegar a surgir.

De ese modo, los comerciantes van cumpliendo con sus responsabilidades. Todo aporte es realizado mediante un registro y para la cancelación de las cuotas mensuales se les brinda recibos como constancia del pago. El cumplimiento de estos deberes se torna en algo sagrado y

<sup>57</sup> Son aportes establecidos y cobrados a los afiliados cada mes (el monto a cancelar es de 3 bolivianos). Asimismo, se cobra por el derecho de ambulante a los comerciantes que son inquilinos del puesto y los montos recaudados es por día de Feria (5 bolivianos los días domingo y 3 bolivianos los jueves) y son registrados por la Secretaría de Hacienda (observación participante 2019-2020).

<sup>58</sup> El aporte que se da a este fondo es de 2 bolivianos de manera mensual y es cobrado a todos los afiliados mediante registro manual de la Secretaría de Beneficencia (observación participante, 2019-2020).

que no encuentra objeción alguna, más al contrario asumen estas responsabilidades prestando interés de manera colectiva (Albó X., 2010). Precisamente, todos estos aspectos son englobados en hacer vida orgánica en todo momento dentro la asociación como se refleja seguidamente.

[S]eguimos porque de cierta forma hacemos vida orgánica, estamos en las reuniones opinamos una cosa otra cosa. Cuando hay que sacar cuotas, sacamos cuotas, cuando hay que hacer marchas, vamos a marchar todo eso no, pero como te dijo hacemos vida orgánica. (Pablo HV-5, 2020, entrevista)

Por tanto, implícitamente el comerciante esta en la obligación de cumplir con los deberes que engloba realizar vida orgánica, la cual le permite excusarse de sanciones y multas,<sup>59</sup> establecidas por la normativa de la asociación. Además, estas eventualidades de las responsabilidades colectivas e individuales ayudan mucho en el relacionamiento de carácter horizontal entre los propios comerciantes (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015; Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferruffino, 2013) y pueden considerarse como acercamientos más fluidos en el gremio. Por otro lado, la actividad del comercio considera a otros actores que también son parte del desarrollo de la actividad y que se puede llegar a formar un tipo de relación social de dependencia en determinados casos, como se expone seguidamente.

## **5.2. Relaciones de dependencia en el comercio minorista de la Asociación**

Las relaciones laborales del comercio, conllevan a un encadenamiento de personas y se vinculan estrechamente unas con otras con cierto grado de dependencia. Es decir, una sola persona en la mayoría de los casos no puede llegar a realizar todo el entramado que requiere la actividad, por eso normalmente recurren al apoyo de la familia, amistades y colaboradores o ayudantes, quienes alivian el trabajo en el *puesto de venta*. Sin más demora, se pasa a reflejar el rol familiar dentro la actividad.

---

<sup>59</sup> Los montos de las multas son consensuados en Asamblea General con el aval de todos los afiliados y pueden variar de entre 50 a 100 bolivianos (diálogo informal con doña Benita y entrevistas realizadas 2019-2020).

### 5.2.1. Configuración de la red social del comercio

La configuración de las relaciones sociales en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos parte desde el inicio de la actividad. Así, el acceso al comercio está marcado por las relaciones familiares, de amistad y con las personas del gremio (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013), quienes facilitan el establecimiento en el rubro. De esa manera, se va formando un encadenamiento de las personas quienes participan activamente en la venta y preparación de la mercadería.

Las personas que desarrollan la actividad van constantemente fortaleciendo sus vínculos que les permiten manejarse adecuadamente en el *puesto de venta*. Por tanto, el comerciante mantiene una estrecha relación con la familia y esta puede ser entendida como: “el grupo de parientes que viven juntos y conforman una unidad doméstica, es decir, comparten la comida y el espacio habitacional” (Spedding, 2003, p. 14), considerado también como familia nuclear (Adler de Lomnitz, 1991). En consecuencia, se instituye como un eslabón principal, porque mediante la misma se coadyuva para el desenvolvimiento del comercio como se refleja en el siguiente caso.

[S]u mamá es comerciante de mi esposa [...] como su mamá se dedicaba a la ropa americana mucho más antes; entonces, mi esposa pensaba que era un gran beneficio para los dos como pareja, dedicarnos en eso [...] Su mamá un tiempo ha visto quizás nuestra situación, como estábamos viviendo y nos ha llamado: “hay un puesto en la 16 de julio y pueden comprarse” (haciendo referencia al comentario de su suegra); yo con mi esposa teníamos nuestros ahorros y ya hemos comprado ya, el puestito, a lado de su mamá [...] solamente con mi esposa y los dos nomas. Desde ya hace mucho tiempo que nos dedicamos simplemente los dos, salimos yo lo armo, ella lo vende, yo también le ayudo, porque eso es lo que yo creo un esposo debe hacer, debe ayudarle también a su esposa ya que yo también estoy metido ahí. Entonces soy parte también, parte de ese mercado, yo también debo ayudar ya de esa manera no, simplemente me he dedicado a vender. (Raúl HV-1, 2020, entrevista)

De esa manera, y con normalidad, el acceso a la actividad es mediante las relaciones familiares, quienes al saber de alguna tienda para alquilar o algún puesto para traspaso; primeramente, se comunican con sus allegados (hijos, hermanos y amigos) que estén interesados en dedicarse al

negocio. Además, el manejo del vínculo social en el comercio se vuelve como un mecanismo de privilegio, no solo en los inicios, sino también en la expansión del gremio. En tal sentido, la estrategia de las redes sociales en el comercio se va fortaleciendo constantemente y más aún mediante las relaciones de carácter personal entre sus semejantes.

Estas relaciones personales que se generan dentro el ámbito del comercio minorista en la Asociación Pascoe y Vecinos pueden ser entendidas desde la *red personal*, que “consiste en todos los vínculos que llegan o parten directamente del sujeto” (Requena, 1996, p. 14). También es conocida como *red egocéntrica* que parte de un *ego* y sus relaciones para poder determinar el entorno social inmediato (Adler de Lomnitz, 1991). Es decir, que a partir del propio comerciante se va ir formando ciertos relacionamientos no solo con su entorno familiar, sino también con los demás comerciantes, dueños de casa, ayudantes y farderas e inclusive con los clientes, quienes conjuntamente hacen que el *puesto de venta* se haga presente de manera consecutiva en la Feria 16 de julio.

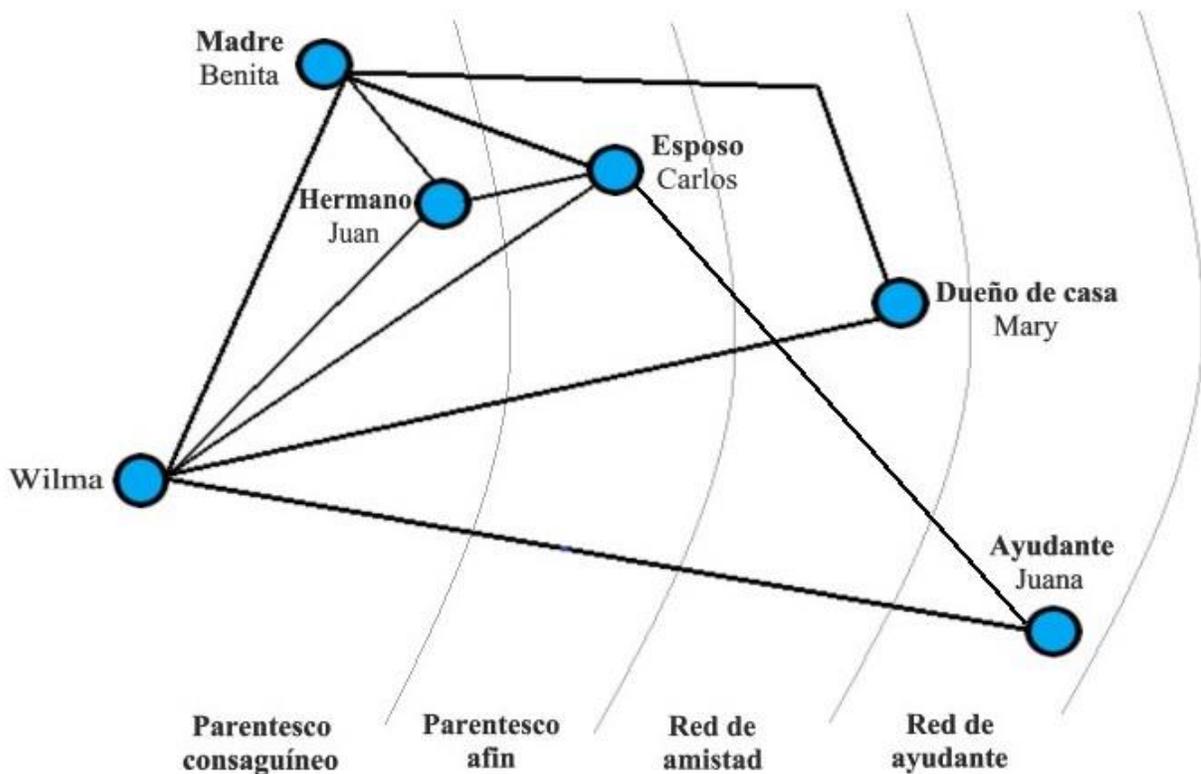
Por ejemplo, en el caso muy particular de la comerciante Wilma, su *red egocéntrica* o *red personal* dentro la Asociación Pascoe y Vecinos gira en torno a su familia nuclear, porque fue su madre (doña Benita) quien, por los años en la actividad y las relaciones de amistad conformadas, pudo conseguir un puesto en alquiler. Además, su hermano mayor (Juan) le motivó a dar los primeros pasos para tener cierta estabilidad, facilitándole parte del capital de arranque. Asimismo, se suma el apoyo del esposo (Carlos) de Wilma, quien recientemente está conociendo toda la dinámica de la actividad, y a la vez, en el último tiempo, han necesitado de la colaboración de un ayudante (Juana), quien es amiga en los estudios universitarios y coadyuva en la venta los días de Feria.

[M]i mamá me ha ayudado a conseguir dos puestitos, gracias a ella también tengo, de ahí mi hermano mayor también me ha ayudado, entre los dos nos hemos ayudado más mi mamá [...] es bastante complicado [...] no también a cualquiera le dan, le alquilan el puesto o una tienda

[...] es amistad de tiempo de mi familia en especial; porque, antes hace 20 años vivíamos en ahí, mi mamá era inquilina de ahí también, nos conocemos toda mi familia con su familia de la señora [...] de esa manera también, mi mamá me lo ha rogado a la señora y así de esa manera hemos obtenido el puesto [...] Los jueves nos conseguimos una muchacha la cual ella nos ayuda a vender, porque mi hermano también trabaja y el solo esta los días domingos [...] mi esposo también es el que plancha, mi hermano también, nos ayudamos también, si mi hermano no puede venir o yo no puedo ir a la Feria; entonces el me lo vende o yo se lo vendo algunas veces, de esa manera nos colaboramos. (Wilma EE-3, 2020, entrevista)

El caso expuesto se torna muy interesante, porque mediante el mismo se puede establecer el nexo relacional que se maneja en la actividad del comercio. Es decir, la red *egocéntrica* o personal que se desarrolla en Wilma, gira en torno al parentesco consanguíneo que se da entre su madre (doña Benita), quien es afiliada y cuenta con un *puesto de venta* propio en la Asociación Pascoe y Vecinos, y su hermano (Juan), quienes le apoyaron inicialmente para el establecimiento del negocio; asimismo se fue sumando el ámbito del parentesco afín, mediante el marido (Carlos), de reciente incorporación influenciado por su esposa. Por otro lado, se suman las relaciones de amistad que le permitieron alquilar una tienda y un *puesto de venta* (dueña de casa doña Mary), siendo colaborado por su ayudante (Juana). Esta red personal o *egocéntrica* puede detallarse en la siguiente figura.

**Figura 5: Red personal o egocéntrica del comercio (el caso de Wilma)**



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de entrevistas y observación participante 2019-2020.

Estas relaciones *egocéntricas* hacen que la dinámica del comercio sea fortalecida, ofreciendo estabilidad, “fluidez y valor adaptativo a distintas situaciones” (Adler de Lomnitz, 1991, p. 141), así como la constancia en el rubro. Al hacer referencia a una estabilidad del negocio, esta se relaciona con el apoyo de la familia nuclear hacia el comerciante, asegurando así la permanencia e inclusive la expansión dentro la actividad (Pereira, Velasco, & Mendoza, 2015). Además, se daría paso a fortalecer los vínculos y entablar amistades con los dueños de casa, quienes alquilan depósitos, tiendas y puestos para el fácil acceso a estos espacios.

En tal sentido, estas relaciones se van entretejiendo paulatinamente, porque desde un principio estratégicamente se suele recurrir a las amistades y principalmente a la familia para el apoyo requerido en la actividad. Al mismo tiempo, en cierta medida, estos relacionamientos ofrecen el nexo y brindan los primeros acercamientos a la dinámica del comercio; inclusive en

algunos casos se torna como un negocio familiar (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferruffino, 2013). Y con el tiempo se llega a tener cierta estabilidad y por la capacidad de expansión, logran recurrir a otras personas fuera del entorno familiar (ayudantes o colaboradores), para el trabajo que demanda la actividad.

### **5.2.2. Configurando la red social de amistad, ayudantes o colaboradores**

La actividad del comercio no solo se enfrasca en la relación familiar, sino que también configura un relacionamiento de amistad conformada en el tiempo; inclusive algunas amistades son arrastradas desde la infancia o las épocas de colegio, manteniéndose por los años y son estratégicamente utilizadas como enganche en la actividad comercial dentro la Asociación Pascoe y Vecinos. Por tanto, las amistades “son simples conocidos con quienes se mantiene una relación de cordialidad, sea por tratarse de amigos o familiares de un cuate, compañeros de trabajo o de deportes, etc.” (Adler de Lomnitz, 1991, p. 190). Estas amistades reflejan un grado de lealtad, generosidad y en circunstancias de intereses comunes (*ibid.*).

Estos intereses, pueden estar relacionados en hacer de intermediarios para el establecimiento, conocimiento y facilitar los contactos en la actividad. Y, esto puede darse mediante la adquisición de un puesto, alquiler de una tienda, manejo de la mercadería e inclusive la enseñanza de las generalidades del gremio. Pero estos aspectos, solamente pueden brindarse mediante el grado de interacción, confianza y fortaleza que se tenga en la amistad, como se refleja a continuación.

Franz, a ese mi amigo le contado, así estoy y él [...] me dice: “mis tías te pueden alquilar”, ahí hablo con doña Ninoska, doña Pamela se llamaba, Pamela y la otra más, no me acuerdo su nombre. Entonces ellas me acceden a alquilar el puesto [...] ya me he establecido nomas gracias a Franz [...] y ahí nomás a seguido su rumbo esta situación de la ropa americana. (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista)

De esa manera, la relación de amistad se va fortaleciendo en el tiempo. Prácticamente, se trata de un medio para conseguir un puesto y con el tiempo se puede llegar a negociar el traspaso del mismo. Por eso, la red de amistad permite entablar una relación de carácter voluntario (Adler de Lomnitz, 1991) y en circunstancias se torna como un referente de acceso para el desarrollo de la actividad comercial. Asimismo, los vínculos de amistad encuentran su fortalecimiento mediante los intereses comunes que se tienen y que son guiados por la confianza que se va entretejiendo.

Mas, no solamente en el entramado de la amistad se va configurando la confianza, sino que también se torna preponderante en los colaboradores o ayudantes, quienes coadyuvan en el comercio. La confianza “significa que ambas personas que establecen una relación creen en la verdad de las afirmaciones e intenciones del otro” (Narotzky, 2004, p. 283); mediante un aspecto de cualidad y porque confiar en una persona es darle el voto de seguridad ante una eventualidad de compromisos personales. La relación de confianza, implica oportunidad, familiaridad y necesidades (Adler de Lomnitz, 1991), donde los acuerdos formales o por escrito no son preponderantes; que es manejada en el comercio y particularmente con los ayudantes, quienes en momentos se tornan relevantes para la actividad como se refleja seguidamente.

[Y]o por ejemplo no abarco, soy solita mi hijo también aquí, en casa trabaja él, más su estudio tampoco le puedo obligar mucho, a ver que corte [las telas] y cuide la casa, estoy yo bien servida, porque tú sabes te vas a vender, cualquier cosa pasa, te pueden vaciar. Entonces mi hijo trabaja aquí, se va a estudiar y cuida la casa; entonces yo estoy feliz. Ahora, pero en cuestión de tiendas, entonces con las chiquitas [ayudantes] siempre funciona pues, no haría mover si fuese solita yo, no haría mover, eso me pienso y digo si no haría mover; son bien necesarios para mí y les digo: “chicocas sin ustedes no soy nada, por más plata que puedo tener, puedo prestarme, no puedo, con ustedes siempre, gracias”. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

Claramente, el caso presentado refleja que por los pocos integrantes de la familia nuclear, necesariamente se recurre a la colaboración de terceras personas. Esto daría lugar a generar un trabajo no clásico de relación salarial (Belmont & Rosas, 2020) en el comercio, donde se emplea

desde uno a seis ayudantes, que pueden ser más, dependiendo de la capacidad de expansión del negocio. Entonces, algunos comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos son conscientes que .sin sus colaboradores no podrían abarcar todo el movimiento generado en la actividad.

Los ayudantes en el comercio adoptan un trabajo no clásico pero con remuneración (*ibid.*) y de manera implícita recaen voluntariamente en un compromiso de tipo informal basado en la confianza. De esa manera, y con el pasar del tiempo, se ejerce una relación horizontal de seguridad entre ambas partes. Es decir, por un lado el comerciante está seguro de contar en los días de la Feria 16 de julio con el ayudante y por otro lado, el ayudante está seguro de contar con el trabajo y la remuneración que recibe, volviéndose un aspecto de dependencia mutua. Además, en la actividad del comercio también se generan las relaciones de solidaridad que surgen en situaciones de contingencia y en momentos inesperados, refelejados en el siguiente acápite.

### **5.3. Relaciones de solidaridad entre los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos ante situaciones de contingencia**

Los comerciantes, mediante su organización, establecen formas propias de ayuda y colaboración de carácter recíproco ante situaciones inesperadas como de enfermedad, accidente o muerte. En ese sentido, la Asociación Pascoe y Vecinos, velando por sus integrantes, instaura modalidades colaborativas para prestar el apoyo necesario a los afectados que vayan surgiendo en el tiempo. Este tipo de soporte, normalmente es de modo económico, moral y voluntario, los cuales surgen desde el propio seno de la asociación como de sus propios integrantes. A continuación se expondrán tales aspectos.

### **5.3.1. Ayuda recíproca como mecanismo establecido en los comerciantes**

En los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos existen dos tipos de ayuda recíproca que surgen en situaciones inesperadas. Por un lado, está la ayuda institucionalizada, establecida por normas internas del grupo, brindando el apoyo necesario mediante el fondo social y según el grado de afectación que se tenga. Por otro lado, está la ayuda voluntaria no institucionalizada que surge de la solidaridad de cada persona. En ambos casos prima el sentido de reciprocidad enfocado en el aspecto de acción y reacción (Sahlins, 1983) entre semejantes y se puede considerar la siguiente definición:

La reciprocidad es una relación social que vincula tanto a una persona con otras, con grupos sociales y con la comunidad, como a grupos con grupos, comunidades con comunidades, productores con productores y a productores con consumidores, mediante el flujo de bienes y servicios entre las partes interrelacionadas. (Mayer, 1974, pág. 37)

La reciprocidad nutre el relacionamiento simétrico entre las personas enfocadas a una forma de integración (Polanyi, 2015) y también ofrece relaciones de tipo solidarias (Sahlins, 1983). Entonces, las relaciones de reciprocidad generan un ámbito de correspondencia entre semejantes que buscan asistencia en momentos de necesidad, pero también se da un relacionamiento constante bajo el carácter voluntario mediado por la regla del don (dar, recibir y devolver) (Mauss, 2009 [1925]) o también considerado como la dialéctica del don (Temple, 1995). Por tanto, Sahlins (1983) plantea tres aspectos de reciprocidad enfocadas como: generalizada, equilibrada y negativa, que mediante sus características tienden a establecer el tipo de relación.

La reciprocidad generalizada, está enfocada en un relacionamiento de poca socialización dentro el mismo ambiente, donde la generosidad y la prestación de ayuda retributiva son consideradas como un extremo solidario. Y esta situación se da normalmente en el parentesco o mediante la circunscripción del grupo, quienes por el desprendimiento voluntario van a depender de la situación y que el dador pueda dar a quien necesite o cuando precise ayuda. Así,

este aspecto es considerado como una reciprocidad leve, porque la entrega y la devolución entre el dador y el receptor se torna difusa ante la falta de contra obligación personal indefinida (Sahlins, 1983).

La reciprocidad equilibrada, es considerada como el punto medio por el intercambio directo que se realiza y sin demoras. Asimismo, esta relación no es tan personal como en el anterior caso, porque se da más cabida al intercambio de objetos materiales bajo retribución de un tiempo corto. De tal forma, este aspecto es intolerante ante las demoras de retribución de carácter utilitario, siendo la misma un tanto más económica (*ibíd.*).

En la reciprocidad negativa, prevalece el propio interés y busca alcanzar un beneficio a cambio de nada. Se enfoca también a formas de apropiación impersonal que puede reflejarse en el trueque y el regateo, además que busca un interés por cuenta del otro. Por tanto, esta forma de reciprocidad es más condicionada, porque mediante la astucia que desenvuelve la persona, se logra conseguir un provecho propio (*ibíd.*).

Los aspectos de reciprocidad mencionados, establecen un intercambio directo de ayuda solidaria e interés propio que se desarrolla en la familia o en un determinado grupo. No obstante, desde la visión local andina, los autores Yampara, Mamani, & Calancha (2007) consideran a la reciprocidad como “un subelemento del término *ayni*, cuyo significado es una vivencia (dolor, pena y alegría), una pasión (sentimientos), la mutualidad (fundada en los principios de la solidaridad) y una norma (de la comunidad)” (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007, p. 13), que intervienen intensamente en las costumbres mediante las relaciones sociales. Así, esta práctica de la reciprocidad o *Ayni*,<sup>60</sup> de mutua correspondencia, va acompañada de la solidaridad

---

<sup>60</sup> El *Ayni* es un intercambio recíproco del mismo tipo de beneficio o trabajo (Albó X., 2010).

o *Mink'a*<sup>61</sup> y la redistribución o *Lakinuqa*,<sup>62</sup> y la comprensión de estos elementos dan un acercamiento a la lógica socioeconómica andina, pero que también pueden ser reproducidos en la Feria 16 de julio (*ibíd.*).

En la Asociación Pascoe y Vecinos, las relaciones de reciprocidad en los comerciantes se dan de manera muy particular, porque la misma “surge en una situación de carencia”. (Adler de Lomnitz, 1991, p. 205) o de una realidad difícil e inesperada. Asimismo, la reciprocidad en los comerciantes tiene su cometido mediante la ayuda institucionalizada por el aporte al fondo social y eso genera un ambiente de redistribución de características propias. En tal sentido, el surgimiento de la redistribución en un grupo se da “en la medida en que la asignación de los productos está centralizada y se realiza siguiendo costumbres leyes o decisiones centrales” (Polanyi, 2015, p. 199), llevados a cabo mediante un repartimiento de “algo con variadas posibilidades” (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007, p. 49); es decir, el acopio de un producto o de recursos puede generar una distribución variable y puede ser en especie o de índole económico.

De esa manera, la redistribución en los comerciantes se da mediante la *praxis* de la reciprocidad equilibrada, porque existe una relación de aporte entre la persona que tiene su *puesto de venta* con la directiva de la Asociación Pascoe y Vecinos, mediante acuerdos ya establecidos y de total consentimiento. Es decir, el dador en este caso, es el propio comerciante que de manera consecutiva cumple con la directiva dando sus cuotas mensuales y su aporte al fondo solidario. El receptor en tanto, sería la directiva de la asociación, los cuales van recaudando en cada Feria los aportes de los comerciantes, para acumular los ingresos y ser

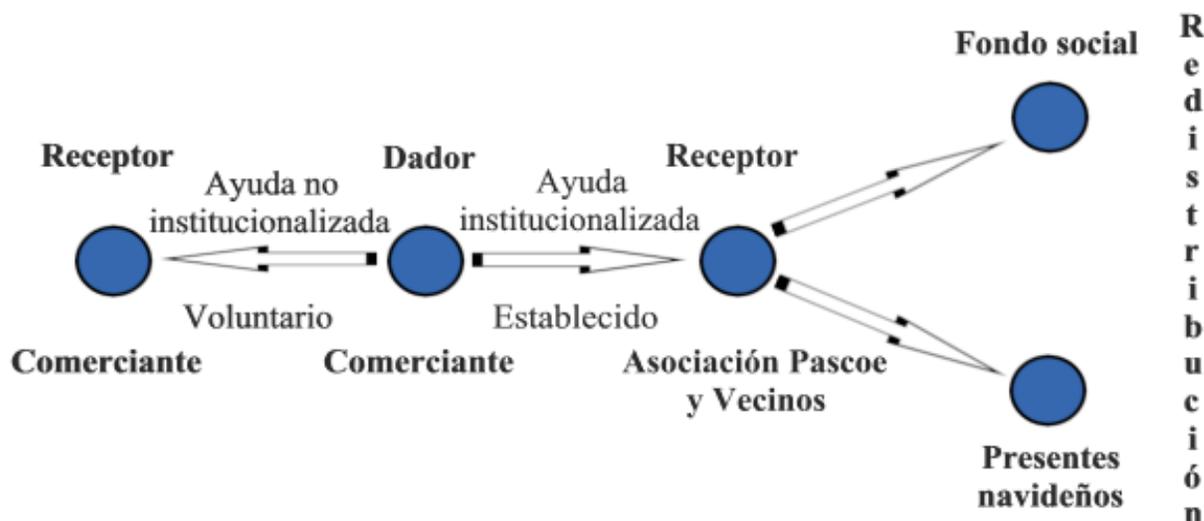
---

<sup>61</sup> La *Mink'a* es una práctica de apoyo al trabajo que comunalmente se realizaba mediante el pago en especie o con producto, pero que en la actualidad se realiza en salario (Albó X., 2010; Yampara, Mamani, & Calancha, 2007).

<sup>62</sup> La *Lakinuqa* consiste en seleccionar partes de un todo para distribuir las entre varios (Yampara, Mamani, & Calancha, 2007).

redistribuidos en situaciones de contingencia e incluso mediante presentes navideños<sup>63</sup> (ver el anexo 5, p. 185). En la siguiente figura se intentan exponer los aspectos mencionados.

**Figura 6: Ayuda de reciprocidad en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos**



**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de entrevistas y observación participante 2019-2020.

La figura expuesta refleja la dinámica recíproca de mutua correspondencia; asimismo, el aspecto de redistribución va surgiendo en cualquier momento, siempre y cuando el comerciante se encuentre afectado por algún malestar de salud, accidente o en el peor de los casos por perder la vida; inclusive esta medida colaborativa alcanza hasta el segundo grado de descendencia (abuelos, hermanos y nietos). Normalmente, en los casos de emergencia la asistencia es de carácter económico, inclusive si la situación es de total necesidad o crítica, se recurre a la ayuda no institucionalizada de carácter voluntario y generoso. Este aspecto es llevado a cabo por parte la directiva de la asociación y particularmente por la Secretaría de Beneficencia, mediante la

<sup>63</sup> Los presentes navideños son entregados a manera de canastón a los comerciantes afiliados en vísperas de Navidad. Esta entrega consta de un paletón, un refresco de dos litros, una bolsa de fideo, un aceite de cinco litros, una arroba de azúcar y arroz (notas de campo #09 (NC-09) y observación participante, 21 de diciembre de 2019).

modalidad de recorrer puesto por puesto junto a la persona afectada, solicitando la ayuda solidaria voluntaria.

La Secretaría de Beneficencia tiene que estar al tanto, en los chismes a veces dices no: “doña Rosmery está enferma”; entonces ella va escuchar ese chisme y ya tiene que ir a verificar si realmente está enferma la señora y en su situación darle platita, porque de escasos, más escasos recursos hay que darle más platita y aquel que tiene, ya menos e ir a verificar, ir a visitar al hospital [...] Hay voluntario, tú puedes ir cuando esta la Feria; entonces tú dices hay un enfermo [...] ¡colabórenos! así voluntario, con su canastita, con su bolsita va pues [...] Alguna vez yo también he sabido que hasta han regalado puestos, así han regalado puestos. Aquella vez cuando hemos ido ¿qué se llama?, hemos ido a Patacamaya ¿nove?, esas veces que hemos ido a hacer la lucha, dos, tres días. Esa vez se ha accidentado don Pablo estaba ahí nove, con su sobrino más y él, el pie a perdido pues, ese chico; entonces se le ha regalado un puesto, han dicho con eso que se viva, le han regalado, cosa que el joven no le ha debido gustar vender o no ha tenido suerte para vender, entonces cosa que lo ha vendido. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

El caso expuesto refleja que en situaciones trágicas e inesperadas y en cumplimiento de las responsabilidades colectivas por la defensa del ámbito de trabajo,<sup>64</sup> algunos comerciantes se ven en la desdicha de sufrir accidentes con secuelas irremediables. En esos casos, el aspecto de reciprocidad entre los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos funge un papel muy importante, porque se establece una colaboración bajo consenso colectivo por la gravedad de la situación. Así, en mutuo acuerdo y en situaciones realmente trágicas, se toman determinaciones que llegan inclusive a generar el traspaso de un *puesto de venta* sin ningún costo económico como medida de solidaridad, por la situación irremediable del afectado.

Estas acciones parten de las costumbres practicadas ancestralmente, pero que en la actualidad aún prestan atención generando una adhesión por las personas en determinadas eventualidades (Mauss, 2009 [1925]). Así, bajo el accionar de que “uno recibe del otro cuando

---

<sup>64</sup> Mediante la promulgación el Decreto Supremo N° 28614, del 31 de enero del 2006, se dio un plazo de seis meses para la comercialización de ropa americana y en respuesta a ello todo el sector realizó manifestaciones y bloqueos; llegando a cerrar la carretera entre Oruro y La Paz, concentrándose en la localidad de Patacamaya. Luego de tres días de bloqueo y lucha, se llega a un cuarto intermedio con el gobierno. En tal sentido, los comerciantes se dieron modos para retornar a sus hogares. Algunos transportándose en buses, otros en camiones; casualmente cinco personas de la Asociación Pascoe y Vecinos abordaron un camión y sufrieron un accidente, saliendo heridas cuatro personas; una persona que sufrió golpes en la cabeza, una mujer con lesiones en la espalda, un señor gravemente herido en el rostro y un joven que llegó a perder la pierna (dato referido en charla informal con Pablo, quien fue uno de los afectados).

necesita y dará a su turno cuando el otro necesite.” (Temple, 1995, p. 95) se va configurando las relaciones sociales de reciprocidad en situaciones que así se precise. De esa forma, los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos se cohesionan socialmente, actuando de manera colectiva e individual en situaciones necesarias; pero también se dan otras situaciones de relacionamiento recíproco entre el sector, tales como la fiesta y la ch’alla donde igualmente se da el fortalecimiento de vínculos.

Así, la fiesta puede ser entendida como un espacio de confraternización donde se extienden las relaciones sociales. Es decir, “la fiesta es un proceso colectivo que a través de acontecimientos de carácter religioso –principalmente– constituye un espacio sociocultural con sentidos y significados propios de acuerdo al contexto en que se celebra” (Mollericona, 2017, p. 204), siendo un suceso de relacionamiento muy particular. Esta eventualidad son formas de expresiones y manifestaciones bajo la puesta en escena de un contexto (Barragán & Cárdenes, 2009), siendo practicado en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos en su aniversario.<sup>65</sup>

Otra eventualidad donde se realiza el compartimiento entre los comerciantes es en carnavales y particularmente en la ch’alla de los puestos, cuando se produce un relacionamiento entre el círculo de convivencia y la Pachamama o madre tierra (Lazar, 2013), como sinónimo de agradecimiento por los bienes bendecidos (Spedding, 2008). Además, la confraternización de personas es inevitable, más aún en el domingo de ch’alla, del ámbito de trabajo de los

---

<sup>65</sup> Recordado cada 7 de junio. En esta fecha los puestos de venta son adornados con pequeños banderines (pequeños adornos en forma de triángulo de un diámetro de 15 centímetros, unidos uno por uno en una distancia de aproximadamente 25 centímetros, sujetados o cocidos en un hilo de dos metros). Además, se realiza una repartición de salteñas con refrescos personales y cada dos años realizan el compartimiento en un local a manera de confraternización (dato referido por diálogos informales con doña Benita y observación participante 2019-2020).

comerciantes que piden “suerte y prosperidad para el año venidero” (Lazar, 2013, p. 196) y estabilidad en el negocio.

Los preparativos del domingo de ch’alla, en el *puesto de venta* inician a partir de mediodía, cuando los comerciantes empiezan a colorear sus puestos con globos y serpentinas. Asimismo, arrojan flores, confetis y algunas gotas de vino rojo al piso e inclusive realizan la ch’alla derramando cerveza alrededor del puesto. Al mismo tiempo, la directiva de la Asociación Pascoe y Vecinos, a la cabeza de la Secretaría General y de manera organizada, trajinan puesto por puesto, arrojando flores, colocando mixtura y serpentina al comerciante, alcanzándole un vaso de cerveza junto a un abrazo fraternal diciendo: “en buena hora, feliz carnaval”.<sup>66</sup>

Por tanto, bajo los argumentos vertidos hasta este punto, se visibiliza que los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos de manera estratégica utilizan las redes sociales de parentesco y amistad para establecerse en la actividad. Asimismo, aprovechan la *buena conducta* demostrada en el tiempo, siendo la mejor carta de presentación para no tener inconvenientes y cumplir con las disposiciones establecidas en el grupo. Además, el cumplimiento de las disposiciones o responsabilidades individuales y colectivas, no solo les permite la estabilidad en el comercio, sino que también brinda el acceso a ciertas ayudas que son necesarias ante situaciones imprevistas.

De esa manera, los comerciantes tienden a estar en constante relación entre ellos, fortaleciendo sus vínculos y entretejiendo una sólida cohesión del gremio (Tassi, 2012) que involucra a los ayudantes, dueños de casa, el municipio e inclusive a algunas entidades bancarias bajo una serie de prácticas entre la informalidad y la formalidad. Es decir, en situaciones

---

<sup>66</sup> Notas de campo #15 (NC-15) y observación participante del 23 de febrero de 2020.

específicas como el pago de patentes e impuestos que genera una serie de experiencias formales que se va afrontando y adaptando en el comercio. A estos aspectos se dará la atención en el siguiente capítulo, señalando situaciones muy particulares que obligan a manejarse entre la dicotomía formal – informal en la dinámica del comercio en la Asociación Pascoe y Vecinos.

## **CAPÍTULO VI: CABALGANDO ENTRE LA INFORMALIDAD Y LAS PRÁCTICAS FORMALES**

En el presente capítulo se expondrán las prácticas realizadas por los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos en relación a la formalidad y la informalidad. Estas prácticas son ejercidas mediante los acuerdos de palabra, las obligaciones de costumbre y los registros manuales, los cuales son considerados en la investigación bajo aspectos de la semi-informalidad; asimismo se siguen los pasos de la formalidad, donde se presentan las relaciones con entidades bancarias, responsabilidades legales y la lectura del mercado. En ese sentido, también se dieron políticas de Estado a favor de los comerciantes, buscando la reconversión productiva del sector y poder reconocerlos como legales. No obstante, algunos comerciantes con iniciativas propias ya se encuentran en ese proceso de transición, mediante emprendimientos particulares de plena autonomía; todos estos aspectos pasamos a desarrollar seguidamente.

### **6.1. Actividades de la semi-informalidad**

Las actividades de la semi-informalidad que se practican en el comercio de la Asociación Pascoe y Vecinos están relacionados mediante los acuerdos que se llegan a efectuar en la utilización de los puestos, tiendas e inclusive con los ayudantes o colaboradores. En estos ámbitos prevalece el *acuerdo de palabra*,<sup>67</sup> la remuneración económica, los beneficios y los registros manuales, los cuales se realizan dentro el gremio de manera organizativa. Sin dar más detalle, pasamos a desarrollar el *acuerdo de palabra* y las obligaciones de costumbre que manejan los comerciantes.

---

<sup>67</sup> Es un convenio verbal entre dos partes, donde prevalece la palabra y se pone en juego la validez de la misma, mediante el cumplimiento de los compromisos asumidos (Raúl HV-1, 2020, entrevista).

### **6.1.1. Acuerdo de palabra y las obligaciones de costumbre**

Desde la legislación boliviana y particularmente bajo la Ley General del Trabajo, decretada en 1939 y elevada a rango de Ley en el año 1942, que hasta la fecha tiene total vigencia y validez; se establecen derechos, deberes, contratos, horarios, permisos, vacaciones de los trabajadores y patronos (Ley General del Trabajo, 1939). De esa manera, el patrón o empleador es considerado como la persona que provee trabajo de manera ajena o por su cuenta en una actividad u obra y el empleado es aquella persona que presta un servicio de índole intelectual o manual (Morales, 2011). Por tanto, la forma de contratar a una persona se da por la vía escrita o mediante el carácter verbal<sup>68</sup> (Ley General del Trabajo, 1939). De este modo, el *acuerdo de palabra* es considerado como un contrato y es practicado en el comercio, tornándose preponderante para los compromisos en alquileres de tiendas, depósitos, puestos e inclusive con las personas que colaboran en la actividad.

En tal sentido, dentro la actividad del comercio y particularmente en la incorporación de ayudantes o colaboradores, se maneja la contratación de forma verbal bajo acuerdos mutuos entre las partes. Estos acuerdos entre el comerciante y el ayudante, invocan ciertas responsabilidades y derechos considerados como de costumbre y de obligaciones formales (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Las obligaciones formales, estarían relacionadas con el pago de un salario y algunos beneficios ganados por los años y la confianza; por otro lado, los derechos consuetudinarios o de costumbre, estarían relacionados en ofrecer al ayudante la mesa puesta por un día de Feria (desayuno, almuerzo y el café de la tarde), algunos presentes

---

<sup>68</sup> Para el caso del contrato verbal, si se llega a instancias legales, se debe contar con testigos para que actúan como prueba. Ya en el caso del contrato por escrito, la misma firma en los términos de referencia es un aval de comprobante.

de canastones para fin de año y pagos extras por ayudas fuera del espacio de trabajo (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

Estos aspectos son considerados en los *acuerdos de palabra* y también son referidos como un contrato a voz (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013; Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015) o calificados como contratos orales (López, 2018). La preponderancia de emplear personal fuera del seno familiar recae en este aspecto, donde se va conformando un relacionamiento de confianza y autocontrol manejado por los comerciantes. No obstante, para un mejor acercamiento entre el comerciante y el ayudante, también se recurre a establecer algún tipo de garantía como el número de referencia de los padres o de algún familiar, esto en pos de cualquier emergencia que vaya a ocurrir de manera inesperada como se menciona a continuación.

Pongo mi anuncio: “se necesita señoritas para la atención de tiendas” [...] le pido el número de su papá, de su mamá, de ella su fotocopia de carnet de identidad. A veces algunos vienen con su papá y su mamá; también hay así papás que quieren saber donde trabajan: “más bien señora, le dejare a mi hijita, que aprenda a vender, que se ayude para su gustito siquiera”, ¡ya señora!, es mucho mejor así, mucha confianza. A veces vienen una vez al año o a medio año, ¿cómo está mi hija?: Está bien señora, buena vendedora; sí vienen también [...] yo a las chiquitas les pago 60 [bs], en una Feria normal, más su tecito, almuerzo y desayuno [...] verbal nomas es, así nomás hemos empezado a trabajar. (Lety HV3, 2020, entrevista)

Las garantías que exigen los comerciantes para emplear a sus ayudantes, normalmente son documentos básicos que cualquier persona las posee, sin necesidad de exigir una hoja de vida muy bien elaborada. Pero, si existe algún intermediario (sea un familiar o una amistad) que tácitamente garantice al ayudante en el trabajo, existe mayor confianza en la persona y eso genera más flexibilidad en la actividad. Esta flexibilidad, recae en que el comerciante puede fácilmente moverse de un lado a otro en busca de mercadería y no estar completamente en el *puesto de venta* verificando los movimientos del ayudante.

Por tanto, el *acuerdo de palabra* juega un rol importante entre las personas del comercio, volviéndose algo cotidiano o manejado como algo natural (Figari, 2020) y con el pasar del tiempo, los vínculos laborales se irían fortaleciendo mutuamente. Así, esto podría considerarse como un código de vida del comercio, porque “constituyen un lenguaje social asumido y compartido colectivamente” (Fernández, 2020, p. 205), que puede manifestarse implícitamente cuando el comerciante brinda un buen trato al ayudante.<sup>69</sup> Pero también se dan casos en donde el ayudante compra alguna mercadería del dueño del puesto y como incentivo el comerciante acuerda el pago de la prenda en cada Feria ya sea en pequeños montos concertados.<sup>70</sup> Esto da como resultado el compromiso del ayudante a ser consecutivo y leal con el dueño de la mercadería, asegurando que no llegará a fallar y mucho menos cometer algún desliz.

Ahora bien, el *acuerdo de palabra* establecido, no negocia el tiempo de permanencia laboral en los ayudantes o colaboradores, la misma puede ser solo por un par de ferias o en algunos casos llegan inclusive a establecerse por varios años. Al cumplirse un tiempo aceptable del ayudante dentro la actividad y bajo un buen comportamiento, implícitamente se daría paso a que el empleador o en este caso el comerciante cumpla con ciertas obligaciones formales (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Estas obligaciones formales pueden ser entendidas como beneficios o indemnizaciones por los años de trabajo del ayudante en el *puesto de venta* como se expone seguidamente.

Mi antigua recién se ha ido, la que estaba mal del piecito [...] la Hildita ha sido la última, hace años le dicho como es antigua también; entonces yo le había dicho te lo daré, este un puestito te lo alquilaré véndete. Pero ella tenía el temor: no estoy bien, estoy mal; pero igual aquí armas, lo mismo es nomas armar puesto. Le dicho anda véndete te voy a garantizar con mi fãrdera, le he dicho, pero no quería; no mi papá dice no, decía, ¡ah! cuidado que te quejes; le he ofrecido,

---

<sup>69</sup> Este buen trato no solamente se resume en una buena forma de relacionamiento, sino también, en circunstancias específicas, en el dar pequeños incentivos que normalmente son de carácter económico, como ser: brindar un pequeño aumento al sueldo acordado, darle pasaje e inclusive darle para su cena por la buena jornada que se tuvo (observación participante, 2019-2020).

<sup>70</sup> Estos montos van a depender del costo de la prenda y la cancelación puede ser en dos ferias e inclusive dar 5 bolivianos feria tras feria hasta cubrir el monto total (Lety HV-3, 2020, entrevista).

porque ahí más te vas a ganar, después se ha hecho parejita [...] ha estado ocho años [...] yo le dado capital también, le regalado plata por todos los años que me ha estado [...] le dado platita, le dado plata para que empiece, sí. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

La manera de agradecimiento a un ayudante por todos los años de colaboración puede darse de dos maneras: por un lado, mediante la indemnización de forma económica y por otro mediante la facilidad de conseguir un puesto y garantizar con los proveedores de mercadería la adquisición del mismo. Entonces, estas vías pueden ser manejadas por el ayudante de acuerdo a su conveniencia: si realmente quiere independizarse en la actividad, considerará la vía que el comerciante le brinda y garantiza para conseguir un puesto, además de acceder a relacionarse con los proveedores o los farderos; y la otra vía será, optar por la indemnización económica y disponer como más le convenga del beneficio. Estos aspectos hacen a la responsabilidad que se tiene por parte de los comerciantes hacia sus colaboradores bajo negociaciones muy internas, llegando a establecer en situaciones vínculos extraeconómicos (Paz & Martínez, 2020).

### **6.1.2. Registro manual: una forma de autocontrol en la actividad**

El registro de cualquier actividad económica en Bolivia, está normado según el código de comercio decretado el año de 1977, el cual señala que todo empresario o comerciante tiene la obligación de llevar un registro contable del negocio para tener el control interno de las operaciones comerciales (Funes, 2007). Estos registros deben ser uniformes de acuerdo a su naturaleza y organización, los cuales justifican la situación bajo el respaldo de sus libros (inventario, balances, mayor y diario), los mismos deben estar foliados y encuadernados mediante el sello de un Notario de Fe Pública, quienes facilitan los detalles de las operaciones como prueba ante las instancias pertinentes (Código de Comercio, 1977). De esa manera se maneja la forma del control contable de una actividad económica considerada formal ante el Estado.

Asimismo, el registro contable de una entidad económica, establece el flujo de entradas y salidas de manera ordenada. Sin embargo, en la actividad del comercio también se dan las formas de realizar el control contable, mediante los registros generales de las ventas en un día de Feria y son normalmente manejados en pequeños cuadernos (Tassi, Arbona, Ferrufino, & Rodríguez-Carmona, 2012) y estarían relacionados a formas propias de contabilidad en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos. Es decir, su carácter aplicativo es de índole empírico (García, 2009); así, esta manera de registro en la actividad y ante las miradas ajenas al gremio puede parecer insignificante, pero que sin duda para el propio comerciante es muy útil en el control del negocio.

De esta manera, el sentido del registro manual en un cuaderno, sirve para mantener cierto control de las entradas y salidas de la mercadería, como también de los ingresos económicos que se generan en el comercio (ver el anexo 6, p. 189). Esta medida se emplea rigurosamente en los ayudantes, quienes están encargados de registrar en un cuaderno las ventas realizadas en un día de Feria. De esa forma, se genera una serie de responsabilidades entre los involucrados de la actividad como se menciona en el siguiente caso.

[P]or ejemplo, hoy día venden 10 pantalones, todo está anotado pues en el cuaderno Un pantalón kaki verde militar a 90, un Jogger celeste a 110, una chamarra a 150 con peluche negro. Así, todo les hago poner; de ahí fijándome eso veo pues que prenda falta que no así, y a fin de mes hacemos inventario. (Lety HV-3, entrevista, 2020)

La forma empírica de manejar el registro manual en un cuaderno, para algunos comerciantes se hace algo rutinario. Además, esa acción significaría tener la anotación del negocio (O.I.T., 2016) y eso ayudaría a generar un autocontrol en la actividad, con el fin de que no existan desvíos de la mercadería que luego ocasionen pérdidas. Asimismo, al registrar las prendas vendidas en un día de Feria, le facilita al ayudante a realizar el conteo total del efectivo que

debe existir, para luego ser entregado al dueño del puesto y que no exista desconfianza entre ambas partes.

Del mismo modo, la práctica del registro manual le sirve al comerciante para realizar un inventario a fin de mes y poder orientarse en la mercadería faltante en el *puesto de venta* o en la tienda (Lety HV-3, 2020, entrevista). Esto daría paso a considerar todas las anotaciones establecidas en el cuaderno de registro manual, para la toma de decisiones y poder actuar en el contexto (Fowler, 2004) en beneficio de la actividad. Por eso, la manera de llevar adelante el registro en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos es una opción que les permite manejar de forma autónoma su propio negocio.

Además, el comerciante también maneja la figura del conteo de prendas; es decir, que antes de iniciar las ventas y al instante de entregar la mercadería a los ayudantes, todas las prendas son contadas, haciendo notar la cantidad total y al finalizar la jornada laboral, el ayudante de la misma forma devuelve las prendas bajo conteo al dueño de la mercadería (Pablo HV-5, 2020, entrevista). De esa manera se realiza el control en la actividad para evitar hurtos y por ende pérdidas en el negocio, ya que una gran mayoría de los comerciantes trabajan con préstamos bancarios y en algunos casos recurren al *pasanaku*<sup>71</sup> para manejarse en la actividad (Mercedes HV-4, 2020, entrevista; Pablo HV-5, 2020, entrevista; Gonzalo HV-1, 2020, entrevista; Lety HV-3, 2020, entrevista). Estas características son muy recurrentes entre los comerciantes, además que cumplen ciertos aspectos de índole formal expresados en el siguiente acápite.

---

<sup>71</sup> El *pasanaku* es un préstamo rotatorio interno (puede ser de cinco a diez personas) que se realiza entre semejantes acordando los montos a devolver en fechas específicas y normalmente no se cancela intereses (Mercedes HV-4, 2020, entrevista).

## **6.2. A pasos de la formalidad**

En los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos, se dan procesos relacionados con el ámbito formal, los cuales son acatados conscientemente en la actividad. Estas relaciones se ven manifestadas mediante los préstamos bancarios que son utilizados para el incremento del capital. Además, se efectúan responsabilidades con la municipalidad, mediante el pago anual por el uso del espacio público y otros aportes realizados en las entidades públicas para establecerse en el comercio. También los comerciantes, tienen una lectura propia del mercado muy marcada en periodos específicos. En consecuencia, se pasará a desarrollar todos los aspectos mencionados.

### **6.2.1. Préstamo bancario para el negocio**

La dinámica relacional que se fue estableciendo en las entidades financieras con los comerciantes resulta ser muy interesante, porque los bancos se han acercado a los alrededores del comercio y en la ciudad de El Alto tal situación se aprecia claramente, principalmente en el nudo central como es la Ceja y particularmente en la zona 16 de julio (Arbona, Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Al trajinar por este tramo, y fundamentalmente en la avenida Alfonso Ugarte desde la Chacaltaya hasta la Plaza Ballivian, se asientan alrededor de diez entidades financieras<sup>72</sup> esparcidas en todo el sector donde alcanza la Feria 16 de julio. Esto facilitaría el acceso del movimiento económico a todas las personas que se hacen presentes en el lugar, pero además, los comerciantes son tentados de efectuar algún crédito bancario para tener un movimiento más fluido del capital y poder asegurar su flujo comercial (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

---

<sup>72</sup> Entre las entidades financieras están: Banco Comunidad, Fortaleza, Diaconía, Fie, Mercantil Santa Cruz, Banco Unión, Banco Bisa, Banco Nacional de Bolivia, Banco Económico y Banco Fassil (observación participante 2019-2020).

Estos créditos bancarios a los cuales acceden los comerciantes son usualmente conocidos como microcréditos, mediante el programa de créditos solidarios (Rivera, 2002). En esta modalidad de préstamos, los requisitos y garantías son un poco flexibles, porque se conforman grupos de prestamistas entre ocho personas que se conocen entre ellos y los mismos generan la garantía para la devolución del crédito,<sup>73</sup> instaurando una manera de control interno (Samanamud, Alvarado, & del Castillo, 2003) para no fallar en la devolución de los préstamos. Pero también existen los créditos individuales optados por algunos comerciantes, donde se ofrece garantías hipotecarias para el acceso al préstamo (Casanovas, 1989), generando de esa manera un relacionamiento consecutivo entre el comerciante y el asesor del crédito como se refleja a continuación.

[T]engo tres bancos con los que trabajo; uno es el Banco Sol, el otro es el Banco Fortaleza y el Banco Unión, son historias distintas. El del Banco Fortaleza, es una señorita que justo cuando yo estaba empezando esto del negocio; sabes que no, sin capital no puedes ¿no ve? Entonces, hay una señorita llamada Mariela, ella estaba en Banco Sol, justo el día que solicito crédito y dice: ya, yo estoy disponible; jovencita también ella ¿no?; entonces voy a medio día y a las 04 de la tarde ya me está visitando, ¡rápido! porque dicen que generalmente vienen jóvenes y ofrecen algo o te dicen algo y no es lo que es, se prestan máquinas [...] por eso ella de susceptibilidad vino esa misma tarde y averiguar que es, que es lo que siempre no. Y, con ella ya trabajo bastante tiempo; entonces, ella se pasa a un banco me llama: estoy en tal banco; entonces, una vez estaba en el BNB [Banco Nacional de Bolivia], me llama con el BNB [...] se va a otro banco, voy detrás, ella me llama. Ahora está en el Fortaleza lo mismo: Gonzalo estoy en tal banco, entonces yo voy, hago termino de pagar la deuda del banco que más antes estaba, voy donde ella y ese es el Banco Fortaleza ahora. (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista)

El comerciante acude al préstamo bancario para fortalecer su capital, siendo el punto focal en el inicio de la actividad para poder establecerse dentro del negocio. A medida de los resultados y la necesidad de continuar con los préstamos, el relacionamiento con la entidad financiera y particularmente con el asesor de crédito se torna de largo alcance “en una especie de relación

---

<sup>73</sup> Normalmente, dentro del grupo conformado de prestamistas, se elige una representante, quien brinda las garantías con papeles de su vivienda. No obstante, todas las prestamistas del grupo en cuestión dan todas sus referencias personales (croquis de vivienda, negocio, facturas de agua y de luz) para cualquier situación que surja (diálogo informal con doña Benita 2019-2020).

de caseros” (Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2016, p. 88) y de mutua confianza. Es por ello que los comerciantes trabajan con las entidades financieras asegurando su capital y a la vez forzados a no fallar en las ventas y estar de manera consecutiva en el puesto (Pablo HV-5, 2020, entrevista).

En suma, cuando se adquiere un préstamo bancario se obtiene un relacionamiento formal por el financiamiento adquirido (Villarreal, 2004) reflejado en el plan de pagos. Además, mediante la cancelación de las cuotas acordadas, el prestatario asume la responsabilidad de cumplir con la entidad financiera para no caer en mora y perder su garantía hipotecaria. Asimismo, al concluir la deuda se valora la cancelación de cuotas, las faltas y atrasos en los pagos, porque al analizar ese aspecto y teniendo un intachable cumplimiento con el plan de pagos, el asesor de crédito puede incluso llegar a duplicar el préstamo en el siguiente ciclo (Lety HV-3, 2020, entrevista).

De esta manera, esta medida del préstamo bancario puede referirse como una ayuda (Villarreal, 2004) para mantener cierta estabilidad en la adquisición de mercaderías. Así, inclusive se llega a expandir el negocio hacia tiendas y otros puestos o espacios; pero también, en el último tiempo, se dieron iniciativas de emprendimientos en algunos comerciantes. Además, en la actividad del comercio, se dan dinámicas muy propias llevadas a cabo por los propios comerciantes como la realización de la lectura del mercado en sus propios términos, estableciendo fechas específicas de mayor movimiento en el negocio como se detalla seguidamente.

### **6.2.2. Lectura del mercado, una manera empírica de conocer el movimiento económico**

A medida que la persona se va consagrando en la actividad del comercio, y bajo las experiencias o los sucesos acaecidos mediante las subidas y bajadas en las ventas, se va generando un

conocimiento empírico para saber leer el mercado. Esta lectura se basa mediante las modalidades y posibilidades de controlar la actividad vinculados con el saber hacer (Figari, 2020; Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015). Asimismo, para tener una adecuada lectura del mercado, el comerciante debe conocer la actividad, tener información y relaciones de confianza, quienes alerten acerca de la competencia; así como una capacidad memorística en los precios de la mercadería y estar al tanto de cual se vende con frecuencia y cuándo (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

Los aspectos ya mencionados, generan una eficacia en el movimiento de la actividad. Tal suceso puede estar marcado mediante las temporalidades que se dan en un año, los cuales hacen que el comerciante este en alerta e inyecte más mercadería en fechas específicas (Julio EE-1, 2020, entrevista). Es decir, por un lado, se tiene claro en qué meses del año el movimiento comercial es muy rentable y requiere de mayor trabajo; y por otro, se conoce los meses de baja rentabilidad donde el trabajo no es muy intenso como se refleja en la siguiente tabla:

**Tabla 3: Modalidades y meses de venta**

N°	Venta	Meses
1	Baja	Febrero, Marzo, Noviembre
2	Regular	Agosto, Septiembre, Octubre
3	Buena	Abril, Mayo, Junio, Julio
4	Mucha	Diciembre, Enero

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de entrevistas 2019-2020

Las modalidades de las ventas que refleja la tabla tiene las siguientes características. En el período de *mucha venta*, se da un movimiento intenso en la actividad, esto por el flujo económico característico de fin de año. Por tanto, los preparativos para alistar la mercadería se realizan faltando un par de meses e inclusive las mejores prendas que van saliendo durante todo

el año son guardadas para ese tiempo. Esto con el afán de lograr mayores ventas, aprovechando el movimiento económico que se genera en la actividad (Pablo HV-5, 2020, entrevista; Julio EE-1, 2020, entrevista).

En la temporada de *buena venta*, el movimiento económico se torna aceptable, generando una conformidad en la venta de mercaderías. En este periodo, la preparación de las prendas conlleva un trabajo sin pausa tanto en la compra de fardos, el lavado, planchado y arreglo de las prendas con la finalidad de tener una buena presencia ante los compradores. Además, el comerciante en este periodo suele requerir ayuda de los colaboradores o ayudantes para alivianar el trabajo mediante acuerdos verbales de contratación (Ana EE-5, 2020, entrevista; Julio EE-1, 2020, entrevista; Pablo HV-5, 2020, entrevista; Lety HV-3, 2020, entrevista; Gonzalo HV-2, 2020, entrevista).

La temporada de *venta regular*, en la cual no hay mucho movimiento, el comerciante aprovecha el espacio vacío dejado por algún otro comerciante que no haya salido a vender en su puesto. Así, estos espacios son muy buscados y están al acecho para colocar mercaderías a modo de oferta con precios muy bajos.<sup>74</sup> Pero si no se logra conseguir un puesto vacío durante el día, en horas de la tarde o casi al finalizar la jornada, se empieza a ocupar el espacio en cualquier lugar que ya este desocupado, colocando un plástico sobre el piso para amontonar la mercadería y ofrecerlas a viva voz a las personas que trajinan por la Feria (Ana EE-1, 2020, entrevista).

Ya en la temporada de *venta baja*, el movimiento es poco fluido y las ventas realmente caen, inclusive llegando al punto de que algunos comerciantes solo logran vender un par de prendas salvando la jornada de trabajo. Pero también, es en este periodo donde se ven en la

---

<sup>74</sup> Dato referido mediante observación participante, 2019-2020.

necesidad de incorporar otros productos y a la vez aprovechar fechas específicas como por ejemplo carnavales, donde en un pequeño rincón del puesto ofrecen cerveza o enseres para la ch'alla<sup>75</sup> de la actividad. Esto con la finalidad de poder paliar la temporada y no sentirse tan afectados por la baja de las ventas (Wilma EE-3, 2020, entrevista).

Estas modalidades de venta en el comercio de la Asociación Pascoe y Vecinos dan muestra de una clara lectura del mercado basada en la praxis de la actividad, sobre todo por sus saberes y capacidades de intervención en contextos específicos (Figari, 2020). De esa manera, el comerciante se va preparando en temporalidades necesarias para no sufrir efectos negativos, manejando inclusive en cierto tiempo una diversificación de productos (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013) en pequeña escala y sin necesidad de cambiar de rubro, manteniendo su mercadería estrella o con la que realiza más ventas (Lety HV-3, 2020, entrevista). Asimismo, estas apreciaciones del movimiento comercial les permite saber los horarios de mejor venta (Fernández, 2020), así van teniendo en claro la dinámica de la actividad que les facilita la toma de decisiones en busca de mejores rendimientos y cumpliendo con sus responsabilidades.

### **6.2.3. Responsabilidades con la municipalidad por el derecho al trabajo**

Los comerciantes, para no tener inconvenientes en la actividad, realizan ciertas responsabilidades ante las instancias pertinentes como la Gobernación y el Municipio, donde tramitan el permiso o la licencia de funcionamiento, asegurando la permanencia, para que no los vayan a mover del sector (Müller, 2015). Por tanto, la actividad del comercio también realiza

---

<sup>75</sup> Estos enseres son: flores, mixtura, serpentina, globos, alcohol, confetis, entre otros (observación participante 2019-2020).

el tributo correspondiente pero bajo un régimen especial<sup>76</sup> (Barragán, 2009). Así, cuando el comerciante cumple con su tributación ante las instancias gubernamentales, estarían en un espacio legal pero que a la vez tiene connotaciones ambiguas a pesar del reconocimiento estatal (Müller, 2017).

No obstante y según el Código Tributario Boliviano (CTB), los tributos que el Estado impone ante la población se clasifican de la siguiente manera: contribuciones especiales, tasas, impuestos y patentes municipales (AIT, 2013). En ese sentido, para el caso del comercio minorista se realiza la tributación del pago de patentes a la Alcaldía Municipal de El Alto. Dicha cancelación es efectuado anualmente<sup>77</sup> por el uso del espacio público en los días de la Feria 16 de julio; y esta contribución directamente es realizado por los comerciantes o en todo caso mediante la representación dirigencial de sus asociaciones (G.A.M.E.A., 2015).

Por tanto, el aporte que realizan los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos a las entidades del aparato estatal se da mediante dos vías: por un lado, realizan el aporte anual bajo el pago de la patente a la municipalidad mediante el sistema de recaudaciones del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto; y por el otro, se realiza el aporte ante la Gobernación del Departamento de La Paz para trámites administrativos, buscando lograr la Personería Jurídica, el Estatuto y el Reglamento Interno; llegando a cancelar por el pago de valores hasta un monto de 5.000 bolivianos (Julio EE-1, 2020, entrevista). Esto con el fin de estar legalmente

---

<sup>76</sup> Según el régimen especial, se establecen tres formas de tributación. Por un lado, el Régimen Agropecuario Unificado, por otro está el Régimen Tributario Integrado y finalmente se encuentra el Régimen Tributario Simplificado (Quint & Guarachi, S/f). De esa manera los comerciantes minoristas se acogen al Régimen Tributario Simplificado, donde el pago de impuestos se realiza en función del capital adquirido que va desde los 12.001 hasta los 60.000 bolivianos de forma bimestral (cada dos meses) y las contribuciones varían desde los 47 hasta los 350 bolivianos (Decreto Supremo N° 3698, 2018). Las personas que tienen un capital inferior al estipulado quedan fuera de este régimen y se acogen al pago de patentes municipales.

<sup>77</sup> Según la Ley Municipal N° 291 del 28 de agosto del 2015, se establece un arancel por el uso y aprovechamiento del espacio público que varía entre 6 a 20 bolivianos, dependiendo del lugar de locación de la actividad.

constituidos y reconocidos ante las instancias pertinentes mediante la conformación del instrumento legal para los asociados.

Ante el cumplimiento tributario por los espacios y sitios públicos de la municipalidad ocupados (Casanovas, 1989), el comerciante se siente con el derecho a realizar la actividad sin necesidad de sentirse vulnerable ante los controles estatales. Pero también existe una contradicción por parte del Estado boliviano ante este sector, porque por más que cumplan con el pago de los patentes, aún se los considera como evasores e ilegales ante el gobierno (Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015) y así también por la mirada del conjunto de la sociedad. Por eso, el sector está atento ante cualquier medida que vaya en desmedro de la actividad como reflejan los propios comerciantes.

[G]racias a esos aportes ya nosotros tenemos adquirido el derecho de ser comerciante de forma legal y también es contradictorio cuando nos quieren imponer su Decreto Supremo [N° 28761], hasta se podría decirse que es algo irónico; digamos, si nosotros de manera legal estamos con ese aporte hemos pagado los valores necesarios a la Gobernación para que nos den la Personería Jurídica y ellos los del Estado nos quieran imponer, nos quieran digamos prohibir, es algo irónico y la municipalidad con ese ingreso. Bueno no tanto la municipalidad, pero la Gobernación nos tiene siempre en cada gestión que entra cada presidente; entonces, nos quiere molestar con ese Decreto Supremo, pero nosotros estamos al tanto de eso, entonces vamos a seguir luchando para defender nuestras fuentes laborales. (Julio EE-1, 2020, entrevista)

Las amenazas dentro la actividad del comercio constantemente están latentes y más aún en la venta de ropa americana, ya que el Estado, con la promulgación del Decreto Supremo N° 28761, intentó frenar la comercialización de ropa usada (más conocida como “ropa americana”), pero que al final no alcanzó el efecto deseado (Díaz, 2015), ocasionando reacciones de los comerciantes en defensa de la actividad. Sin embargo, a pesar de estas medidas implementadas desde las políticas de Estado, los comerciantes continúan cumpliendo con sus obligaciones y pagando el patente a la municipalidad, porque eso les daría el derecho al trabajo (Pereira, Bridikhina, Montaña, & Blanco, 2009).

No obstante, en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos existen algunos casos donde el movimiento económico es más fluido y eso normalmente se da en aquellos puestos y tiendas de venta de comida.<sup>78</sup> En estos casos, Impuestos Nacionales mediante los controles que realizan de manera minuciosa, llegan a contar las mesas y a cuantificar los platos que se venden en un día de Feria, para poder realizar cálculos y determinar el flujo económico que se genera, con el fin de obligar a sacar el Número de Identificación Tributaria (NIT) en el negocio (Mercedes HV-4, 2020, entrevista). Esta medida exige la emisión de facturas haciendo el descargo de manera mensual y a fin de año el balance anual ante Impuestos Nacionales y para el cumplimiento de esta disposición se llega a contratar los servicios de un contador para que efectúe esa responsabilidad (*ibid.*).

La falta de pago de las obligaciones ante Impuestos Nacionales caería en la clausura del negocio más una multa considerable. A pesar de esta situación, los comerciantes prefieren regirse ante estas medidas tributarias a perder el negocio, porque es el único medio laboral que les da una relativa estabilidad para sus familias (Julio EE-1, 2020, entrevista). En tal sentido, existe una heterogeneidad de responsabilidades ante el Estado, ya que algunos comerciantes solo aportan con el pago de patentes, en cambio otros se encuentran formalizados y tributando de manera legal; en tanto, implícitamente se daría el relacionamiento de prácticas formales con informales (Müller, 2017), a pesar que en algún momento el gobierno intento formalizar al sector del comercio con medidas que serán desarrolladas a continuación.

---

<sup>78</sup> Esto normalmente ocurre en los puestos que cuentan y habilitan pensiones familiares donde sus platos oscilan entre 30 y 50 bolivianos (observación participante, 2019-2020).

### **6.3. La formalidad como anhelo: intentos de políticas públicas para el comercio**

Para intentar frenar el crecimiento del comercio, particularmente en la importación y venta de ropa americana, el gobierno boliviano se vio en la necesidad de implementar políticas públicas como la Reversión Productiva para reducir la informalidad. Sin embargo, esta medida no tuvo el éxito e impacto esperado, quedando el sector en la misma situación y sin generar ningún cambio. De esa manera, los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos establecieron iniciativas propias sin necesidad de esperar nada del aparato estatal, ingresando en una etapa de transición mediante la incursión de emprendimientos; estos aspectos mencionados serán desarrollados seguidamente.

#### **6.3.1. La Reversión Productiva y Comercial, ¿fue un engaño?**

Durante la primera gestión de gobierno del Movimiento al Socialismo - Instrumento para la Soberanía de los Pueblos (MAS-IPSP) entre los años 2006-2011, se estableció como una política estatal integrar al aparato productivo industrial, manufacturera y artesanal al sector productivo informal. Puesto que este sector, no tendría un reconocimiento real en la contribución económica al Estado y tampoco fueron sujetos a incentivos para desarrollar sus capacidades productivas (P.N.D., 2007). Esta propuesta se enfocaría en un programa de Reversión Productiva mediante el Fondo de Desarrollo del Sistema Financiero y de Apoyo al Sector Productivo (Fondesif) con la finalidad de fortalecer la actividad productiva y su reconocimiento ante el gobierno.

De esa manera, el programa de Reversión Productiva y Comercial estuvo a cargo del Ministerio de Producción y Microempresa, siendo la población objetivo los comercializadores de ropa americana al detalle, quienes de manera voluntaria accederían a créditos para su reversión. Y, esto estuvo orientado en los rubros de: madera, alimento, cuero y textil

(Decreto Supremo N° 29208, 2007), bajo asistencia técnica a los interesados. Asimismo, el monto del crédito estipulado para este proceso, estuvo consignado entre los 5.000 y 10.000 dólares por persona con un interés del 4% anual y este financiamiento estaría enfocado en la adquisición de materia prima y maquinarias (Los Tiempos, 2007).

Consecuentemente, el programa propuso a los comercializadores de ropa americana, cambiar de rubro para dejar de vender la ropa usada y dedicarse a la venta de prendas nacionales producidas por ellos mismos, con la intención de fomentar a nuevos emprendimientos. Sin embargo, esta situación no funcionó por el escepticismo de los comerciantes ante la propuesta de la reconversión, siendo que solo el 2.35% de los involucrados en la actividad estuvo inscrito en el programa (Arana & Condori, 2018). En consecuencia, no se tuvo el impacto deseado (Díaz, 2015) por la falta de seguimiento y control del mismo, así como el poco interés de los involucrados; porque, algunos beneficiarios utilizaron el crédito para continuar invirtiendo en la actividad del sector como se describe seguidamente.

[H]abía un fondo para la reconversión, pero ese fondo no sabemos dónde ha ido; a unos cuantos parece que ha llegado ese fondo de la reconversión; pero no, los que han recogido ese fondo siguen vendiendo, han seguido vendiendo [...] Muchos vendían por decirle en la 16 de julio y se han ido a Huayna Potosí, después de reconvertir, digamos después de lo que han recogido el dinero diciendo de que ya no voy a vender en la 16 de julio; se han ido a otras ferias de zonas más alejadas, por decirle de Ballivian, de Alto Lima, todo eso se han ido de la 16 de julio, porque vas a esas ferias y los encuentras, ¿cómo estas señora? como estas, ¿ya no está vendiendo en la 16?, no ya no tengo que venir a la 16, ya no tengo que poner ni un paso ahí, puedo venir a caminar pero no a hacer ningún negocio ¡ah! Ve, entonces ha recogido el dinero y con ese mismo dinero de la reconversión está vendiendo, pero en otra Feria; o sea, el dinero que les han dado solamente les ha servido de capital para que sigan trabajando nada más. (Pablo HV-5, 2020, entrevista)

En tal sentido, los fondos de la Reconversión Productiva y Comercial no llegaron a todo el conglomerado de comerciantes que se dedican a la venta de ropa americana. Sin embargo, los que tuvieron la intención de reconvertirse y consiguieron acceder al programa, mediante los préstamos establecidos, no pudieron manejar adecuadamente los recursos solicitados por la mala inversión realizada. De este modo, esta situación podría relacionarse a un mal

asesoramiento del personal técnico destinado a este aspecto, dando como resultado los malos usos e invirtiendo en el mismo capital, pero en otros espacios más allá de la Feria 16 de julio.

Por tanto, el fracaso de dicho programa puede ser entendido según los argumentos de Parra (2012) quien considera los siguientes aspectos: en primer lugar; el gobierno impuso ciertos requisitos de acceso al programa que se contraponen con los comerciantes; en segundo lugar, no hubo continuidad ante la ejecución del programa; en tercer lugar, la falta de seguimiento a los beneficiarios de la reconversión; cuarto lugar, los conocimientos técnicos de los comerciantes no fue suficiente ante la insostenibilidad de las capacitaciones; y en quinto lugar, no se consideró los rangos de edad para efectuar el cambio de actividad por la avanzada edad que tienen los involucrados (Parra, 2012). Estos aspectos mencionados, serían las causales primordiales no consideradas en la iniciativa estatal para formalizar a los informales.

Asimismo, la propuesta realizada por parte del Estado a los comerciantes simplemente recaería en un engaño (Raúl HV-1, 2020, entrevista; Pablo HV-2, 2020, entrevista), porque si bien se dio algunos cursos de capacitación, los mismos no llegaron a impactar a los verdaderos interesados. Además, al momento de realizar la solicitud del crédito requerido, el personal encargado realizaba un balance mediante visitas en la vivienda del interesado, para luego hacerles preguntas relacionadas a la actividad que desenvuelven: si tienen casa propia, movilidad y si cuentan con algunas maquinarias (Raúl HV-1, 2020, entrevista). Al final de todo el proceso, simplemente ponían a disposición el monto de 1500 a 2000 dólares para que el comerciante iniciara su emprendimiento, causando molestia en los interesados; porque la cantidad mencionada fácilmente podrían adquirirla como deuda mediante los prestamos formales en los bancos (Villarreal, 2004).

Por otro lado, la Reconversión Productiva en algunos comerciantes fue vista como una buena opción para iniciar algún emprendimiento (Lety HV-3, 2020, entrevista), pero por los préstamos relativamente bajos y el mal manejo de los fondos, ocasionaron que muchos comerciantes hayan desistido de esa política estatal. A pesar de la normativa establecida en los créditos de la reconversión, con préstamos desde los 5.000 hasta los 10.000 dólares (Los Tiempos, 2007); aspecto que no se cumplió en el sector, generando un engaño y que sólo querían disimular unos empleos que no había (Raúl HV-1, 2020, entrevista). Empero, si esta disposición de la reconversión hubiera sido muy bien administrada ya se tendría un gran avance en el proceso de formalización; pero a falta de estas políticas, el comerciante mediante iniciativa propia busca los medios para cambiar de la venta de ropa americana a la venta de ropa nacional producida por ellos mismos.

### **6.3.2. De la venta de ropa americana al iniciar un emprendimiento**

La venta de ropa americana en el contexto boliviano tuvo sus inicios en los años 80 del siglo pasado. Ya en la década siguiente, las ventas en mercados y ferias llegaron a consolidarse tanto en Santa Cruz, Cochabamba, Oruro, La Paz y la ciudad de El Alto (Vidaurre, 2005). A partir del año 2000, esta actividad se fue masificando vertiginosamente en el resto del país (Arana & Condori, 2018) logrando su establecimiento en el mercado local. Muchas personas hoy por hoy ven en estos espacios una alternativa laboral, porque la gran mayoría se dedican de pleno en la actividad, pero otros, simplemente con la intención de complementar sus ingresos, ya que tienen otras actividades relacionados a su preparación académica con la que cuentan (Müller, 2015).

De esa manera, esta actividad se fue consolidando y ocupando los espacios públicos para su exposición, a pesar de las prohibiciones de comercializar la ropa americana, mediante el Decreto Supremo 28761, donde se estableció plazos de importación y comercialización hasta el

2008 y fue ampliado hasta la gestión del 2009 por el Decreto Supremo 29251 (Arana & Condori, 2018). Sin embargo, actualmente la comercialización de dicho producto aún es permitida, pero los controles de los efectivos policiales en este ámbito se incrementaron, realizando intercepciones a cualquier comerciante que este transitando con algunos fardos, sancionándolos y en el peor de los casos haciendo el decomiso correspondiente (Lety HV-3, 2020, entrevista).

Además, a eso se suma el incremento en los precios de la mercadería por parte los mayoristas que justifican las alzas por los masivos controles del Estado y trasladarlos se hace más dificultoso (*ibíd.*). En tal sentido, en algunos momentos se dificulta comercializar la ropa americana, pero a pesar de ello continúan en la actividad. Asimismo, algunos comerciantes que tienen la mala suerte de ser víctimas de los controles en el instante de transportar la mercadería, se ven en la necesidad de buscar otras opciones para no verse en esas situaciones; y si un comerciante aprovecha los conocimientos básicos de costura o busca el medio de aprender a manejar la máquina de coser, con el tiempo puede transformarse en un emprendedor (Tassi, Medeiros, Rodríguez-Carmona, & Ferrufino, 2013).

El emprendimiento que surge por iniciativa del comerciante se hace de manera paulatina, ya que va incorporando un par de docenas en su *stock* del puesto de venta, variando entre las prendas americanas con las ya producidas nacionalmente (Lety HV-3, 2020, entrevista). A un principio, la primera producción no implicaría grandes capitales (Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015) porque aún no se tiene un mercado consolidado y tampoco se tendría un perfeccionamiento en la técnica. Estos aspectos podrían llevar años para alcanzar un mejor posicionamiento en la actividad, como se refleja en el siguiente caso.

[H]ace años me comprado, cuando yo estaba vendiendo americanos un rollito [tela] de nuevo, y me he hecho cuatro pantaloncitos y chamarritas, ¡no salía!; porque antes la Feria era neto americano ¿no ve? Un rollo me ha debido durar unos tres, cuatro años; porque de una docenita, en una docenita me hacía y no salía pues, unito así. Me desanimado ya, pero con eso que cada vez me agarraba la policía [...] ya estaba mezclando esa vez, estaba americano en ese trayecto;

hacía las de mujer en el trayecto que estaba cambiando, pero como te digo he hecho durar un royo cinco años. Una docena ponía no salía; entonces, peor me desanimaba [...] hay harta gente nueva que vende nuevo; cosa que antes no se veía, ¡puta! ni por chiste nuevo querían, americano, americano y ahora todavía hay esa opción. Yo vendo nuevo [...] a principio agarraba americanos. (Lety HV-3, 2020, entrevista)

La transición en la venta de ropa americana a la venta de ropa nueva recae en el aspecto de perseverancia y de no desistir ante las adversidades que representa hacer conocer el producto ante una clientela que está acostumbrada a comprar productos americanos. De esa manera, el comerciante “busca sus propias soluciones produciendo o vendiendo algo que le permita obtener algún ingreso” (Tokman, 2003, p. 12) con la intención de ser independiente, bajo la idea de ser libre para disponer el tiempo y ver la manera de realizar su producción (Adams & Valdivia, 1991). De esa forma se realiza los primeros indicios emprendiendo una propia producción y poder consolidarse en el mercado (ver el anexo 7, p. 189).

Cuando ya se logra la consolidación del emprendimiento y particularmente de la actividad textil, el comerciante normalmente se ve en la necesidad de contratar más ayudantes porque en algunos casos es insuficiente la colaboración familiar y queda incorporar a otras personas por la capacidad de producción que se genera (Gonzalo HV-2, 2020, entrevista). De ese modo, el emprendimiento llevado a cabo por algún comerciante es mediante el aspecto del saber hacer (Figari, 2020; Arbona J., Canedo, Medeiros, & Tassi, 2015), que permite adecuarse a las demandas del mercado con una versatilidad y autonomía propia (Tassi & Canedo, 2018). Y esto daría como resultado en un futuro próximo el establecerse de manera legal, registrando la producción en las instancias pertinentes, para poder realizar el desarrollo de la actividad sin ningún inconveniente, porque, ya en estos últimos cinco años algunos comerciantes están saliendo de la venta de ropa americana para producir su propia mercadería imponiendo su propia marca.

Hasta este punto, los aspectos mencionados recaen en una constante relación de dependencia entre la informalidad y la formalidad. Las cuales son determinadas mediante las actividades de la semi-informalidad, establecidos por los códigos de vida del comercio, siendo ejercidas de manera implícita en el negocio con los *acuerdos de palabra* como algo primordial en la actividad; porque la misma permite negociar compromisos en los alquileres de puestos, depósitos, tiendas y sobre todo en la contratación de ayudantes. Además, estratégicamente los comerciantes manejan los registros manuales que les permiten generar un autocontrol del negocio para no verse en situaciones de fuga de capital.

Asimismo, los comerciantes adoptan un relacionamiento con la formalidad, establecidos mediante préstamos bancarios para inyectar capital y a la vez poder manejar una adecuada lectura del mercado, mediante los conocimientos tácitos de la actividad. También, cumplen con ciertas responsabilidades ante las entidades públicas, como los pagos de patentes municipales y los trámites legales para tener el derecho al trabajo. Además, este sector ya de forma paulatina se encuentra en una etapa transitoria del cambio de rubro mediante emprendimientos de iniciativas propias; por tanto, estos aspectos son parte de las estrategias de trabajo considerados por los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos de la Feria 16 de julio.

Seguidamente, se presentarán los análisis de resultados y las conclusiones generales del trabajo de investigación de la presente tesis. De esa manera se expondrán los resultados alcanzados mediante la sistematización de la información cualitativa obtenidos en el trabajo de campo. Además, se brindarán algunas sugerencias a ser tratadas en futuras investigaciones.

## CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En base a los hallazgos realizados en el trabajo de campo, se pudo evidenciar que la construcción de las estrategias de trabajo en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos de la Feria 16 de julio, están en función a los conocimientos tácitos de la actividad. Eso permite generar y ejercer una serie de destrezas fortalecidas en el tiempo, volviéndose algo natural dentro la dinámica comercial. Por tanto, las estrategias empleadas por los comerciantes giran en torno del ámbito de trabajo que no solo se reduce al *puesto de venta*, sino que van más allá de la Feria; así también la utilización y la configuración de las redes sociales se manejan preponderantemente en la actividad; además, las prácticas comerciales que emergen en el propio contexto se van estableciendo con mayor fuerza y versatilidad.

En ese sentido, en primera instancia el ámbito de trabajo del comercio tuvo una construcción y un asentamiento paulatino en el tiempo. En sus inicios la Feria 16 de julio era considerada como un espacio de interacción campesina, posteriormente se fue afianzando su establecimiento aglomerando no solo a personas de origen rural, sino también a sectores populares que encontraron en este espacio una fuente laboral. Así el desborde de la actividad comercial fue motivo para la conformación de asociaciones con la intención de proteger y velar los intereses de los propios comerciantes.

En consecuencia, la Asociación Pascoe y Vecinos surgió mediante la perseverancia y la constancia de los comerciantes y vecinos del lugar, los cuáles fueron pieza fundamental para que en la actualidad tengan un establecimiento inamovible, sin necesidad de sufrir represalias por el espacio público ocupado. Por tanto, los comerciantes de este sector se auto-consideran como minoristas y en algunos casos mencionan que nacieron para el comercio, a pesar que algunos ya cuenten con una formación académica, pero en la actividad manifiestan el gusto al

trabajo, porque es en estos espacios donde han vivido toda su vida. De esa manera, los comerciantes perciben a la actividad comercial como una forma de vida, el cual les permite ganarse el sustento y permanecer relativamente estables en la sociedad.

Además, en este ámbito del comercio se perciben a tres tipos de comerciantes o vendedores los cuales son: 1) el comerciante vecino que cuenta con un *puesto de venta*, así como una vivienda en el lugar y fue un impulsor de la extensión de la Feria hasta el espacio actual donde se encuentra; 2) el comerciante ajeno al ámbito vecinal, que también participó en la consolidación de la actividad y cuenta con un *puesto de venta* propio; y 3) el comerciante ambulante o inquilino del puesto, que mediante acuerdos internos ocupa un puesto ajeno al no tener uno propio. Asimismo, dentro los comerciantes mencionados, igualmente participan en la actividad los ayudantes o colaboradores, quienes brindan su trabajo para facilitar los quehaceres del negocio.

También existen vías muy marcadas de ingreso a la actividad comercial y estas pueden estar relacionadas con el carácter hereditario del puesto, traspasando de generación en generación los conocimientos del negocio, tornándose como un acceso factible por los nexos familiares existentes. Por otro lado, se dan procesos de carácter no hereditario o de acceso moroso, donde prevalece el aspecto de negociación bajo procesos constructivos de relaciones entre los comerciantes, para llegar a adquirir un puesto. Estas dos vías de acceso de la actividad son utilizadas estratégicamente por los comerciantes para poder desarrollar el negocio sin ninguna conflictividad.

Posteriormente, la adquisición de mercaderías es desarrollado mediante procesos cambiantes, en el sentido de trajinar de mercadería en mercadería hasta establecerse en un solo producto, o manejar simplemente la mercadería estrella con la que generan mayor movimiento

del negocio. Esto recae en una lógica de aprender haciendo a la pesca de mercadería, porque solamente con la exploración del rubro podrán definir claramente el producto a vender y esto normalmente o en la mayoría de los casos ocurre mediante la compra de *fardos*, ya que al abrirlos se realizan la selección de las prendas para trabajarlas mediante el planchado, lavado e inclusive en arreglos de las mismas. Sin embargo, esta medida en el último tiempo generó un descontento por la baja calidad de las mercaderías adquiridas, además de los costos elevados, en tal sentido, los comerciantes vieron conveniente ir a escoger las prendas una por una, más allá del escenario de la Feria 16 de julio.

Por tanto, los comerciantes con estas medidas intentan reducir costos, bajo la lógica de invertir menos y ganar más. Esto recaería a la vez, en arreglar las prendas no aptas para el mercado interno, ajustando las tallas, solucionando los desperfectos o las fallas de las prendas, con la intención de no perder el material, ya que es muy solicitado en los compradores de la Feria. De esa manera, se intenta no hacer dormir el capital y rescatar las inversiones, porque no pueden darse el lujo de perder la mercadería, por eso también los comerciantes hacen girar las mismas como un aspecto de rotación, para no llegar a ofrecer solamente los mismos productos en el *puesto de venta*, ya que se busca generar más opciones para la venta.

En situaciones coyunturales inesperadas como de la pandemia del coronavirus, el sector se vio muy afectado por las bajas ventas, situación que fue afrontada mediante reinversiones comerciales y las formas propias de mantenimiento del negocio. Esto se dio mediante la elaboración de barbijos y el trajinar en otras ferias más allá de la propia Feria 16 de julio, además vieron conveniente utilizar las redes virtuales como mecanismo de un mercado virtual, el cual les permitió palear la situación atravesada. En ese sentido, todos los aspectos mencionados son

parte de las estrategias flexibles utilizadas por los comerciantes, siendo las mismas versátiles y dinámicas.

En segunda instancia, las relaciones que se van entretejiendo en el ámbito laboral de los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos, son entabladas para mantenerse en la actividad e ir encadenando una cohesión de grupo. Estas relaciones pueden darse de manera muy particular mediante la afiliación al gremio, porque eso les permitiría gozar de la seguridad y defensa ante las amenazas que enfrenta el sector. La afiliación en la actividad, permite al comerciante ser un miembro activo de la asociación, pero para eso, normalmente se valora la *buena conducta* que presenta la persona y eso sería manejado estratégicamente en el negocio al cumplir con la vida orgánica.

En ese sentido, se asume ciertas responsabilidades en el gremio de índole colectivas (grupales) y de índole individual (personales), las cuales permiten adoptar derechos y obligaciones en el *puesto de venta* y con la asociación. Los derechos en la actividad van enfocados a la libre venta y protección del trabajo ante amenazas externas, las obligaciones se enfocan en el funcionamiento y participación en las actividades ya establecidas, como los aportes a las cuotas mensuales y al fondo social, las cuales permiten obtener beneficios de apoyo ante situaciones de contingencia que puedan llegar a ocurrir. De ese modo, el cumplimiento de estos deberes se torna como algo sagrado, porque no se percibe alguna negatividad en los comerciantes, siendo cumplidas fielmente sin necesidad de presiones.

Asimismo, las relaciones laborales conllevan a un encadenamiento de personas, las cuales dependen unas con otras y eso puede darse mediante el apoyo familiar, amistad e incluso de ayudantes o colaboradores. En ese sentido, la red familiar se torna como algo central, porque es el medio directo de acceso a la actividad y por el cual constantemente se brinda soporte al

comerciante. Por eso, estas relaciones familiares fortalecen la estabilidad, desenvolvimiento y expansión del negocio según los intereses de los comerciantes.

Sin embargo, estas relaciones se van configurando a partir de la red *egocéntrica* como elemento central, el cual es articulado de manera muy constante con la familia, porque eso permite generar relacionamientos en todo el entramado de la actividad, como con los dueños de casa, dirigentes, proveedores de mercadería, amistades e inclusive con los ayudantes. Así, el comerciante paulatinamente se va consolidando en el *puesto de venta*, pero, además en la actividad no solo se depende de las relaciones familiares, sino que también se va configurando las relaciones de amistad que con el tiempo reflejan lealtad, generosidad e intereses comunes. En momentos incluso se tornan como intermediarios para conseguir un puesto, alquilar una tienda e inclusive recomendar a algún ayudante; y todo esto es posible por el grado de confianza que se tiene y sobre todo por el relacionamiento horizontal que se teje en la actividad.

También en los comerciantes, se establecen las relaciones de solidaridad considerando las formas propias de ayuda o colaboraciones que surgen en situaciones inesperadas, como de enfermedades, accidentes o fallecimientos. Los cuales son atendidos mediante la ayuda institucionalizada, que se establecen por las normativas internas de la asociación, bajo apoyo del fondo social el cual brinda colaboración económica y es determinado según el grado de afectación que se tenga; por otro lado, se establece la ayuda voluntaria no institucionalizada, que surge de la voluntad de cada comerciante. En ambas tipologías de ayuda prima el sentido de reciprocidad que es manejado en situaciones determinadas en la actividad del comercio.

La reciprocidad en los comerciantes, no simplemente se basa en la lógica de dar para luego recibir, sino que se produce la acción de forma desinteresada, manejando el carácter empático afectivo, donde juega un rol fundamental el grado de relacionamiento que se tienen

entre los comerciantes. Así también, mediante el cumplimiento de las responsabilidades establecidas en los comerciantes y las prácticas que se producen con la redistribución en la actividad, producto de los acuerdos ya establecidos y de total consentimiento. Esta redistribución normalmente se da a todos los afiliados de la asociación y pueden ser distribuidos cada fin de año, con los presentes navideños, como también en situación de contingencia mediante la colaboración económica, voluntaria y moral ya establecidas en la actividad.

Ya en tercera instancia, las prácticas de interrelación en la actividad se producen mediante los nexos entre la formalidad y la informalidad, las cuales son adaptadas y manejadas de acuerdo a las necesidades del comercio. Estas prácticas son manipuladas mediante los códigos de vida del comercio bajo los *acuerdos de palabra* que son ejercidas constantemente en las negociaciones de alquileres de los depósitos, tiendas, puestos y en la contratación de ayudantes. Por tanto, esta práctica se torna preponderante en la cotidianidad del movimiento comercial.

Asimismo, los comerciantes manejan obligaciones ya establecidas de forma natural, en relación al trato con los ayudantes y estas van enmarcadas mediante los derechos de costumbre, donde se ofrecen todas las atenciones en el *puesto de venta*, brindándoles la mesa puesta (desayuno, almuerzo y el café de la tarde); por otro lado, también se presentan las obligaciones formales, mediante el pago por la jornada laboral y algunos beneficios logrados en los años de trabajo, como las indemnizaciones o la entrega de canastones navideños de fin de año y la confianza establecida en la persona. Pero también, se maneja en la actividad un autocontrol muy particular relacionado con los registros manuales que establecen los flujos de ingresos y salidas de las mercaderías, a la vez este accionar les sirve para realizar el inventario, además de orientarse en los vacíos de la mercadería faltante.

En suma, como otra forma de autocontrol en la actividad, los comerciantes emplean el conteo de las prendas, esto se realiza antes de entregar la mercadería al ayudante, haciendo notar la cantidad total y al finalizar la jornada, de la misma forma se vuelve a realizar el conteo para evidenciar que no existió fuga de capital. Estas medidas utilizadas de forma espontánea en la actividad, pueden establecerse como aspectos de la semi-informalidad, porque las mismas son realizadas conscientemente para no caer en una clandestinidad del negocio. Además, al evidenciarse estas prácticas los comerciantes generan un nexo relacional de confianza, porque al no existir un contrato escrito entre los involucrados, todo recae en el manejo de la credibilidad entre los propios comerciantes valorando la palabra empeñada.

Al mismo tiempo, existen vinculaciones propias del aspecto formal, las cuales son desarrolladas mediante prestaciones bancarias, bajo los créditos solidarios siendo estas las más flexibles en la adquisición de préstamos. Las garantías para este tipo de créditos son de carácter grupal, donde únicamente el representante de las ocho personas que conforman el grupo brinda su vivienda o negocio como garantía, e internamente entre los prestatarios se maneja un autocontrol para no fallar en los pagos. Sin embargo, también se efectúan los créditos individuales acorde a las posibilidades hipotecarias que se cuenta, con el tiempo y el buen cumplimiento al plan de pagos, se va formando un relacionamiento de caseros entre la entidad financiera y el comerciante prestamista.

Estas acciones de recurrir a los financiamientos bancarios recaen en una forma de ayuda para inyectar capital al negocio. Así, los comerciantes van teniendo cierta estabilidad en la adquisición de mercaderías y no quedarse estancadas solamente con las que cuentan, porque al tener mayor capital el dinero suele circular más rápidamente y puede traer mayores beneficios en el negocio. Y, ese aspecto daría paso a una expansión, pasando del *puesto de venta* a alquilar

una tienda, otros puestos e inclusive dar trabajo a los ayudantes mediante los *acuerdos de palabra*.

Con el tiempo y la adquisición de experiencia en la actividad, los comerciantes generan conocimientos tácitos que son empleados en la lectura del mercado. Esta lectura, establece temporalidades del movimiento económico en el negocio, mediante los siguientes periodos: mucha venta o movimiento intenso, buena venta o movimiento aceptable, venta regular o poco movimiento y baja venta o movimiento de poca fluidez, que son manejadas durante toda una gestión. En ese sentido, los comerciantes se guían por las temporalidades ya reflejadas para estar al pendiente e inyectar más capital en los periodos así requeridos, de esa manera se evidencia una clara lectura del mercado, fundamentado en el saber hacer y la praxis de la actividad, maniobrado estratégicamente por los comerciantes.

Por otro lado, para no sufrir inconvenientes en los controles del aparato estatal, los comerciantes asumen responsabilidades ante las instancias como del Municipio y la Gobernación del Departamento. Estas responsabilidades se enmarcan bajo los pagos de patentes por el uso del espacio público y los trámites administrativos, para la obtención de la Personería Jurídica y el Estatuto Interno extendidos por la Gobernación del Departamento de La Paz, los cuales son instrumentos legales de la Asociación Pascoe y Vecinos que marcan las reglas para el desempeño de la actividad. Al cumplir con estas medidas en las instancias pertinentes, podría suponerse que los comerciantes serían sujetos de derecho, pero aún con estas prácticas para el gobierno el sector no es visto como cumplidores de responsabilidades, sino como evasores e informales.

A pesar que el Estado implementó políticas públicas para el sector, mediante el programa de Reversión Productiva y Comercial con la intención de reducir la informalidad

y muy particularmente formalizar a los comercializadores de ropa americana. La intención central de este programa fue proponer a los comerciantes cambiar de rubro, dejando de vender la ropa americana para empezar a ofrecer en los puestos ropa nacional confeccionadas por ellos mismos, aspecto que no ocurrió constituyéndose en un fracaso. Esa situación de la inviabilidad del programa, puede ser entendida mediante la falta de seguimiento, poca capacitación técnica, malos usos de los recursos, entre otros aspectos, considerados por los propios comerciantes como un engaño y solo se quería disimular empleos que no había en el sector, pero para el gobierno era un programa muy bien manejado y estructurado en ese entonces.

En respuesta a las medidas referidas anteriormente, las cuales no llegaron a impactar en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos, surgieron iniciativas propias en el tiempo y llegaron a constituirse como un referente empresarial. Al ser víctimas de los decomisos e incrementos en la adquisición de los *fardos*, algunos comerciantes bajo sus habilidades en la costura empezaron a producir sus propias confecciones, combinándolas en el *puesto de venta* con la mercadería de ropa americana. Este proceso no fue de la noche a la mañana, sino que estuvo marcado por la perseverancia ante una clientela acostumbrada a adquirir los productos americanos y que en la actualidad ya se ingresa en la etapa transitoria del negocio, cuestión que se evidencia en algunos comerciantes de la actividad.

Todos los aspectos mencionados, hacen y construyen las estrategias de trabajo en los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos, las cuales son manejadas mediante el proceso de establecimiento en la actividad. Asimismo, las estrategias ya reflejadas son versátiles y flexibles, además de ser aplicadas de acuerdo a la coyuntura y necesidad que reflejan los comerciantes. Consiguientemente, las mismas se fortalecen en base a los conocimientos tácitos adquiridos en los años y mediante la transmisión de saberes como del manejo de códigos

de vida del comercio, las cuales son desarrolladas de forma natural en el entorno de los comerciantes.

Estas evidencias reflejadas en la investigación, emergen de la propia cotidianidad de los comerciantes de la Feria 16 de julio. Las cuales están en constante movimiento y adaptabilidad a los propios procesos del mercado. Seguidamente se harán referencia a las conclusiones generales en respuesta a los objetivos planteados que guiaron la investigación.

## CONCLUSIONES

Para finalizar el documento, se expondrán las conclusiones halladas de acuerdo a las preguntas y los objetivos planteados en la presente tesis. En ese sentido, se priorizó la interacción horizontal entre el investigador y los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos para tener un mejor acercamiento a la realidad estudiada. Así fue que se llegó a entablar profundos conocimientos en relación a cómo se construyen las estrategias de trabajo más allá del puesto de venta y la Feria 16 de julio.

De esa manera, el analizar la construcción de estrategias de trabajo implicó ahondar en la flexibilidad, el relacionamiento y las prácticas de la actividad comercial. Estos aspectos se fundamentan de modo muy particular y son manejados por los propios comerciantes bajo la flexibilidad laboral mediante las experiencias adquiridas en el negocio, por eso la dinámica interna que se maneja en el ámbito del comercio es muy versátil.

Esa versatilidad de índole flexible en los comerciantes de la Asociación Pascoe y Vecinos se manifiesta de tres maneras: 1) el ámbito de trabajo, 2) la relación del comerciante en su ámbito laboral y 3) las prácticas en la actividad. Y, estos aspectos responden a los objetivos planteados, los cuales tienen una profunda conexión entre sí, siendo complementarias para el desarrollo de la actividad. En consecuencia, los comerciantes con el paso del tiempo van forjando y fortaleciendo sus espacios laborales.

En ese sentido, inicialmente se responde al primer objetivo específico planteado, el cual se enmarca en el ámbito de trabajo del comerciante, donde se presentan las estrategias de flexibilidad y las configuraciones relacionados al acceso e inicios de la actividad. Las cuales se dan por la vía directa con la herencia del puesto y/o por el acceso de forma morosa e indirecta, sufriendo procesos desde incluso haber trabajado como ayudante para luego ser dueño del

*puesto de venta* y manejar los conocimientos adquiridos en beneficio de la actividad. Así, estos conocimientos son logrados mediante el aprender haciendo, siendo más frecuentes en la forma de conseguir la mercadería con la compra de *fardos* y seleccionar las prendas, pero en el último tiempo también se realiza la compra directa prenda por prenda, con el fin de invertir menos para obtener mayores ganancias.

El aprender haciendo constantemente se emplea en el comercio, ya que es por esa vía que se adquiere los conocimientos tácitos y eso puede manejarse favorablemente en el establecimiento y expansión del negocio. Si un comerciante logra expandirse en el negocio, el modo de hacer girar la mercadería es aplicado prósperamente, porque eso permite que las prendas trajinen de un puesto a otro en determinados tiempos (cada dos meses) y conseguir más opciones en la venta. En caso que el movimiento económico tienda a reducirse, como en la temporada de la cuarentena flexible condicionada y dinámica, los comerciantes se ven en la necesidad de buscar otras alternativas, recurriendo a pequeñas ferias zonales para la venta de productos e incluso manejar las redes virtuales como un mecanismo de mercado virtual, ofreciendo mercaderías para generar ingresos en la actividad.

En respuesta al segundo objetivo específico, se analizó el relacionamiento del comerciante en su ámbito laboral. Esto fue establecido mediante la cohesión social del grupo, siendo su ente organizativo la Asociación Pascoe y Vecinos, quienes regulan ciertos mandatos que están enfocados en el cumplimiento de responsabilidades colectivas (marchas, reuniones, bloqueos) e individuales (mantenimiento del puesto, aporte para el fondo social, etc.), que son asumidos automáticamente por los afiliados al contar con un *puesto de venta* propio. De esa manera, el comerciante estratégicamente maneja la *buena conducta* que influye en la

colectividad de los comerciantes para el cumplimiento de la vida orgánica y eso genera seguridad, estabilidad y autonomía en la actividad comercial.

Asimismo, la cohesión social se da en función a la red *egocéntrica* del comercio, fundada en el apoyo familiar, pero en algunos casos eso puede llegar a expandirse con la contratación de terceras personas mediante los *acuerdos de palabra*, iniciando así un relacionamiento de dependencia laboral con los ayudantes. A la vez, en la actividad se desarrollan las relaciones de solidaridad, enfocadas en las colaboraciones del grupo; las mismas pueden darse de índole económica, voluntaria y moral, donde se maneja la reciprocidad de carácter institucional (bajo normas internas) mediante los aportes al fondo social; así como la reciprocidad de ayuda voluntaria. Estas medidas efectuadas fortalecen las relaciones entre los comerciantes al punto de tejer una sólida cohesión de grupo.

Ya el último objetivo específico, responde a las prácticas que realizan los comerciantes mediante las actividades de la formalidad y la informalidad, las cuales se interrelacionan mutuamente y de forma constante. Esto se da por los *acuerdos de palabra*, utilizados como garantía y fiel cumplimiento ante la escasa o nula utilización de contratos escritos. Además, el comerciante es consciente de las obligaciones en los pagos a los ayudantes e implícitamente llega a ofrecer indemnizaciones, al mismo tiempo cumple con las obligaciones de costumbre brindando alimentación en una jornada laboral y a fin de año ofrecer los presentes navideños. También, se genera un autocontrol en el *puesto de venta*, mediante los registros manuales y los conteos de la mercadería al inicio y al final de la jornada laboral; todos estos aspectos son considerados como actividades de la semi-informalidad.

A la vez, las prácticas formales se relacionan con las entidades financieras y los comerciantes por los conocimientos adquiridos, realizan la lectura del mercado de forma

empírica estableciendo periodos de venta (mucha, buena, regular y baja). Además, para asegurar el derecho al trabajo en la actividad se cumplen aportes ante el aparato estatal, esto mediante el pago anual de patentes y el pago para obtener el Estatuto y el Reglamento Interno, con el fin de tener legalidad institucional ante las instancias públicas. Sin embargo, en el último tiempo muchos comerciantes viendo a futuro y poder formalizarse, recaen en la necesidad de emplear iniciativas propias, las cuales se orientan en los emprendimientos particulares y así transitar de la venta de ropa americana a costurar sus propias prendas e instaurar sus propias marcas para establecerse en el mercado.

En resumen, la actividad del comercio minorista en la Asociación Pascoe y Vecinos de la Feria 16 de julio en la ciudad de El Alto se establece por la diversidad, versatilidad y flexibilidad de las estrategias de trabajo. Estas son desarrolladas mediante el aprender haciendo bajo los conocimientos empíricos adoptados en el tiempo y con la permanencia en la actividad, que permiten tomar una serie de decisiones para un mejor rendimiento del negocio, siempre en estrecho vínculo con la familia, ayudantes y amistades; formándose así un encadenamiento de relaciones horizontales, donde el *acuerdo de palabra* prevalece y las obligaciones llegan inclusive, hasta el punto de generar emprendimientos de iniciativas propias.

Asimismo, la organización, en sí, brinda seguridad a los comerciantes para el desarrollo de la actividad, siendo un espacio que cumple con las determinaciones de los propios comerciantes. Adicionalmente, en situaciones de contingencia, se brinda colaboración mediante el fondo social al cual todos los afiliados realizan aportes ya establecidos por consensos generales. Sin duda, estas medidas generan cohesión entre los propios comerciantes y ante situaciones de amenazas externas, establecen una fuerza común para defender sus fuentes de trabajo.

Todas estas estrategias construidas y manejadas por los comerciantes minoristas se tornan implícitamente como códigos de vida del comercio, porque las mismas son desarrolladas naturalmente en la actividad con total flexibilidad. Además de estar relacionados entre las prácticas informales y formales que se complementan tácitamente, a la vez, reflejan una organización sólida que no solo acoge a desempleados, sino también a personas que cuentan con otras fuentes laborales y ven en la actividad comercial un complemento en los ingresos económicos. Así, con las premisas expuestas hasta este punto, se intentó develar el entramado de los comerciantes minoristas de la Asociación Pascoe y Vecinos de la Feria 16 de julio para tener una mirada distinta del sector y no solo percibirlos como evasores de responsabilidades, sino también como creadores de fuentes de trabajo, con todo esto, la investigación espera ser un aporte en los debates sobre la economía popular.

Por último, mediante esta investigación se sugiere abrir paso a otras investigaciones en el ámbito del comercio minorista, prestando especial atención a los comerciantes quienes hacen del negocio su fuente de trabajo. Es de tal modo que se insinúa considerar temas de desplazamiento de la actividad en las distintas ferias que hacen a la ciudad de El Alto, porque en el último tiempo algunos comerciantes se han visto en la necesidad de trajinar con su mercadería hacia otros espacios. También, se puede abordar situaciones concernientes al relacionamiento laboral entre comerciante-dueño de puesto-ayudante, considerando el tema de confianza, relacionado al robo y la explotación laboral, que son aspectos innegables que se presentan en el desarrollo de la actividad comercial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, H. (2012). "La historia de la economía. Desde Platón hasta los Romanos". En: *Logos, Ciencia & Tecnología*, pp. 82-95. Bogotá: Policía Nacional de Colombia. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=517751763005>
- Adams, N., & Valdivia, N. (1991). *Los otros empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima* (primera edición). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Adler de Lomnitz, L. (1991). *Cómo sobreviven los marginados* (décimo primera edición). México: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Redes sociales y estructura urbana de América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana* (primera edición en formato electrónico). México: FLACSO - México.
- AIT. (2013). *Código Tributario Boliviano. Texto ordenado* (primera edición). Autoridad de Impugnación Tributaria, Estado Plurinacional de Bolivia.
- Alba, V. C. (2012). "La calle para quien la ocupa. Las condiciones sociopolíticas de la globalización no hegemónica en México D. F.". En: *Nueva Sociedad* (241), pp. 79-92.
- Albó, X. (2006). "El Alto, La Vorágine de Una Ciudad Única". En: *Journal of Latin American Anthropology*, 11 (2), pp. 329-350.
- \_\_\_\_\_. (2010). *Desafíos de la solidaridad aymara* (segunda edición). La Paz: La mirada salvaje.
- Albó, X., Sandoval, G. & Graves, T. (2016). "Chukiyawu: la cara aymara de La Paz I: El paso a la ciudad"; "II: Una odisea, buscar 'pega'"; "III: Cabalgando entre dos mundos"; "IV: Nuevos lazos con el campo". En: X. Albó, & F. Araóz (ed.), *Obras Selectas. Tomo IV: 1979-1987*, pp. 169-772. La Paz, Bolivia: Fundación Xabier Albó / Centro de Promoción del Campesinado / Editorial 3600.
- Altamirano, T. (1988). *Cultura Andina y pobreza urbana. Aymaras en Lima metropolitana*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arana, T., & Condori, W. (2018). *La marca factor determinante en la compra de ropa usada en la ciudad de La Paz*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Administración de Empresas. [Tesis de grado]
- Arbona, J., Canedo, M. E., Medeiros, C., & Tassi, N. (2015). "El sistema económico popular. Consolidación y expansión de la economía popular en Bolivia". En: N. Tassi, A. Hinojosa, & R. Canaviri, *La Economía Popular en Bolivia: Tres miradas*, pp. 25-140. La Paz, Bolivia: Centro de Investigaciones Sociales, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- \_\_\_\_\_. (2016). *El proceso de cambio popular: Un tejido político con anclaje país*. La Paz: Centro de Investigaciones Sociales (CIS), Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.

- Ardaya, G. (1988). "Trabajadores informales en La Paz. El caso de las vendedoras ambulantes". En: CEDLA-FLACSO (ed.), *El Sector Informal Urbano en Bolivia* (segunda edición), pp. 189-218. La Paz, Bolivia: Edobol.
- Arguello, O. (1981). "Estrategias de supervivencia: Un concepto en busca de su contenido". En: *Demografía y Economía*, pp. 190-203.
- Aristóteles. (s/f). *La política* (P. S. Abril, trad.) Madrid: Ediciones Nuestra Raza. Recuperado el 2 de octubre de 2020. Disponible en: <http://fama2.us.es/fde/ocr/2006/politicaAristoteles.pdf>
- Barragán, R. (2009). "Organización del trabajo y representaciones de clase y etnicidad en el comercio callejero de la ciudad de La Paz". En: F. Wanderley, *Estudios urbanos, en la encrucijada de la interdisciplinariedad* (primera edición), pp. 207-242. La Paz: CIDES-UMSA / Plural.
- Barragán, R., & Cárdenas, C. (2009). *Gran Poder: La Morenada. Colección Fiesta Popular Paceña* (volumen III). La Paz: Instituto de Estudios Bolivianos.
- Belmont, E. & Rosas, T. (2020). "Hacia una recaracterización del concepto de trabajo desde una antropología latinoamericana por demanda". En: A. Ruiz *et al*, *Tratado latinoamericano de Antropología del Trabajo* (primera edición), pp. 161-196. Buenos Aires: CLACSO / CEIL / CONICET. doi:978-987-722-722-2
- Bott, E. (1990). *Familia y red social. Roles, normas y relaciones externas en las familias urbanas corrientes*. Madrid, España: Taurus.
- Brue, S. L. & Grant, R. R. (2016). *Historia del pensamiento económico* (octava edición). México D. F., México: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V., una Compañía de Cengage Learning, Inc. Corporativo Santa Fé.
- Bueno, C. (2020). "Trabajadores mexicanos incorporados a la economía de plataforma". En: A. Ruiz *et al*, *Tratado latinoamericano de Antropología del Trabajo* (primera edición), pp. 299-332. Buenos Aires: CLACSO / CEIL / CONICET / CIECS. doi:978-987-722-722-2
- Burling, R. (1976). "Teorías de la maximización y el estudio de la antropología económica". En: M. Godelier, *Antropología y economía*, pp. 101-124. Barcelona: Anagrama.
- Calle, E. (18 de julio de 2019). "'Ropavejeros' piden respeto a la ropa usada". En: *El Altoño*. Recuperado el 30 de octubre de 2020. Disponible en: <http://www.elalteno.com.bo/ciudad/20190718/ropavejeros-piden-respeto-la-ropa-usada>
- Canaviri, R. (2015). "'La gente piensa que dormimos en colchón de plata'. Un estudio acerca de las redes sociales como forma de reproducción social y económica de las cooperativas auríferas del departamento de La Paz". En: N. Tassi, A. Hinojosa, & R. Canaviri, *La economía popular en Bolivia: Tres miradas*, pp. 212-296. La Paz: Centro de Investigaciones Sociales, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Cantillon, R. (1997 [1755] ). *Essai sur la nature du commerce en général*. Paris: INED.
- Cardoso, F. H. & Faletto, E. (1976). *Dependencia y desarrollo en América Latina* (décima primera edición). México: Siglo XXI S. A.

- Casanovas, R. (1988). "El Sector Informal Urbano: apuntes para un diagnóstico". En: CEDLA-FLACSO (ed.), *El Sector Informal Urbano en Bolivia* (segunda edición), pp. 141-172. La Paz, Bolivia: Edobol.
- Casanovas, R. (1989). "Informalidad e Ilegalidad: una falsa identidad". En: A. Péres, R. Casanovas, S. E. Pabón & H. Larrzábal, *Informalidad e ilegalidad: una falsa identidad*, pp. 61-120. La Paz: CEDLA.
- Casanovas, R. & Escobar de Pabón, S. (1988). *Los trabajadores por cuenta propia en La Paz. Funcionamiento de las unidades económicas, situación laboral e ingresos*. La Paz, Bolivia: CEDLA.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, volumen I "La sociedad red". Madrid: Alianza Editorial S.A.
- CEDLA-FLACSO. (1988). *El Sector Informal Urbano en Bolivia* (segunda edición). La Paz, Bolivia: Edobol.
- Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza. (2011). *Atlas de El Alto. Estudio con información estadística y analítica sobre las condiciones, oportunidades e institucionalidad de la población y la ciudad*. El Alto: CPMGA.
- Chayanov, A. V. (1974). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: Nueva visión.
- CIET. (2003). *Informe de la Conferencia Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Código de Comercio. (25 de febrero de 1977). Recuperado el 30 de noviembre de 2020. Disponible en: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/bo/bo015es.pdf>.
- Condarco, R., & Murra, J. (1987). *La teoría de la complementariedad vertical eco-simbiótica*. La Paz: Hisbol.
- Coraggio, J. L. (2004). *De la emergencia a la estrategia: Más allá del "alivio de la pobreza"*. Buenos Aires: Espacio.
- De la Garza, T. E. (2000). *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- De Soto, H. (1987). *El Otro Sendero: La Revolución Informal* (séptima edición) (I. L. Democracia ed.). Bogotá, Colombia: Printer Colombiana Ltda.
- De Sousa, S. B. (2020). "Al Sur de la cuarentena". En: R. Laura et al, *Pandemia al sur*, pp. 179-186. Buenos Aires: Prometeo Libros. doi:ISBN 978-987-8331-65-2
- Decreto Supremo N° 3698. (25 de octubre de 2018). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 30 de noviembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/159262>
- Decreto Supremo N° 21060. (29 de agosto de 1985). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 25 de agosto de 2019. Disponible en: <http://www.lexivox.org/norms/BO-DS-21060>
- Decreto Supremo N° 28761. (21 de junio de 2006). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 25 de agosto de 2019. Disponible en: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/verGratis/26266>

- Decreto Supremo N° 29208. (25 de julio de 2007). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 25 de agosto de 2019. Disponible en: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/verGratis/26717>
- Decreto Supremo N° 4192. (16 de marzo de 2020). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/168023>
- Decreto Supremo N° 4197. (18 de marzo de 2020). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/168028>
- Decreto Supremo N° 4199. (21 de marzo de 2020). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/168031>
- Decreto Supremo N° 4229. (29 de abril de 2020). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/168071>
- Decreto Supremo N° 4314. (27 de Agosto de 2020). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 20 de septiembre de 2020. Disponible en: <http://gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/descargar/168188>
- Díaz, M. G. (2015). *El comercio informal como una forma de crecimiento económico para las familias de escasos recursos en la ciudad de El Alto (Estudio de caso - Feria 16 de Julio)*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Economía. [Tesis de Grado]
- Díaz, M. P. (2016). "La dinámica urbana y laboral de la ciudad de El Alto (Bolivia): entre el mercado y la producción social del hábitat". En: *Población & Sociedad*, pp. 45-77.
- Doria Medina, S. (1986). *La Economía Informal en Bolivia* (primera edición). La Paz, Bolivia: Edobol.
- Duque & Pastrana. (1973). *Las Estrategias de Supervivencia Económica de las Unidades*. Santiago: Escuela Latinoamericana de Sociología E L A S.
- Durand, A. & Castillo, V. (2020). "Perú". En: *Economías populares en la pandemia. Cartografía previsoría en tiempos de aislamiento y crisis global. Grupo de trabajo CLACSO. Economía popular: mapeo teórico y práctico*, pp. 28-31. CLACSO.
- Ekelund, R. B. & Hébert, R. F. (1996). *Historia de la teoría económica y de su método* (tercera edición). España: McGraw-Hill.
- El Diario. (27 de agosto de 2020). "Creció comercio informal en calles por coronavirus". Recuperado el 30 de Octubre de 2020. Disponible en: <https://m.eldiario.net/index.php?n=13&a=2020&m=08&d=27>
- Escobar de Pabón, S. & Guaygua, G. (2008). *Estrategias familiares de trabajo y reducción de la pobreza en Bolivia*. Buenos Aires: CLACSO.
- Escobar, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial El Perro y la Rana.

- Escudero, J. C. (2016). "Estrategias de supervivencia y adaptación". En: *Red Sociales, Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, pp. 04-06.
- Fernandez, J. (2001). *Estrategias de movilidad social en el municipio de El Alto*. El Alto: EDOBOL.
- Fernández, M. (2020). "Para una afirmación etnográfica de la noción de clase social: reflexiones a partir de un estudio con trabajadores de la 'economía popular' en Argentina". En: A. Ruiz *et al*, *Tratado latinoamericano de Antropología del Trabajo* (primera edición), pp. 197-230. Buenos Aires: CLACSO / CEIL / CONICET. doi:978-987-722-722-2
- Figari, C. (2020). "El cotidiano laboral en grandes corporaciones: el saber hacer en la disputa capital/trabajo". En: A. Ruiz *et al*, *Tratado Latinoamericano de Antropología del Trabajo* (primera edición), pp. 265-298. Buenos Aires: CLACSO / CEIL / CONICET. doi:978-987-722-722-2
- Firth, R. (1929). *Primitive economics of the New Zealand Maori*. Londres: Routledge.
- Fowler, E. (2004). *Contabilidad básica* (cuarta edición). Buenos Aires: La Ley.
- Funes, O. J. (2007). *El ABC de la contabilidad*. Cochabamba: Sabiduria.
- G.A.M.E.A. (2014a). *Crecimiento Histórico Urbano de El Alto*. El Alto, Bolivia: Secretaría Municipal de Planificación del Desarrollo, Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
- \_\_\_\_\_. (2014b). *Plan de Desarrollo Teritorial Autónomo Municipal 2014-2018*. El Alto, Bolivia: Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
- \_\_\_\_\_. (2015). Decreto Municipal N° 46. Gobierno Autónomo Municipal de El Alto.
- Gago, V., Cielo, C. & Gachet, F. (2018). "Economía popular: entre la informalidad y la reproducción ampliada. Presentación del dossier". En: *Íconos* (62), pp. 11-20.
- García, I. (2009). *Introducción a la Contabilidad*. Universidad de Salamanca.
- Gobierno Autónomo Departamental de La Paz. (30 de marzo de 2017). Protocolización de: Aprobación de modificación de Estatuto Orgánico y Reglamento Interno de la Asociación de Comerciantes Minoristas en Artículos Varios Pascoe y Vecinos. *Testimonio N° 122*. La Paz, Bolivia.
- Godelier, M. (1974). *Racionalidad e irracionalidad en economía* (cuarta edición). México: Siglo XXI S. A.
- \_\_\_\_\_. (1976). *Antropología y economía*. Barcelona: Anagrama.
- Golte, J. & Adams, N. (1987). *Los caballos de troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima*. Perú: Instituto de Estudios Peruanos.
- Gordon, D., Edwards, R. & Reich, M. (1986). *Trabajo segmentado, trabajadores divididos. La transformación histórica del trabajo en Estados Unidos*. (M. Vilas, trad.) Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Grabois, J. & Pérsico, E. M. (2017). *Trabajo y organización en la Economía Popular*. Buenos Aires: CTEP / Asociación Civil de los trabajadores de la Economía Popular.
- Guaygua, G. (2011). "Identidad colectiva y movilidad social en la ciudad de El Alto". En: G. Guaygua, C. Peña & A. Waldmann, *Cuaderno de futuro 27. Nuevas identidades Urbanas*.

- Tres miradas desde la cultura y la desigualdad*, pp. 237-318. La Paz: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo* (primera reimpresión ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- \_\_\_\_\_. (2011). *La etnografía: Método campo y reflexividad* (primera edición). Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Gudynas, E. (2017). "Posdesarrollo como herramienta para el análisis crítico del desarrollo". En: *Estudios Críticos sobre el Desarrollo*, pp. 193-210.
- Gutiérrez, A. B. (2007). *Pobre', como siempre... Estrategias de reproducción social en la pobreza, un estudio de caso*. Córdoba: Ferreyra.
- Han, B. C. (2020). "La emergencia viral y el mundo de mañana". En: G. A. et al, *Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemia*, pp. 97-111. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio).
- Harris, O. (1987). *Economía étnica*. La Paz: HISBOL.
- Harris, O., Larson, B., & Tandeter, E. (1987). *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias de reproducción social siglos XVI a XX* (primera edición). La Paz: Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social.
- Hart, K. (1973). "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Gana". En: *The Journal of Modern African Studies II* (I), pp. 61-89. Recuperado el 20 de febrero de 2019. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/159873>
- \_\_\_\_\_. (2000). *The Memory Bank. Money in an Unequal World*. London: Profile Books Ltd. Recuperado el 15 de agosto de 2020. Disponible en: <http://thememorybank.co.uk/>
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del Neoliberalismo*. Madrid: Akal.
- Herranz, Y. (2000). "Inmigración e incorporación laboral". En: *Migraciones*, pp. 127-163.
- Herskovits, M. (1940). *The Economic Life of Primitive Peoples*. New York: Knopf.
- \_\_\_\_\_. (1952). *Economic Anthropology*. New York: Alfred Knopf.
- \_\_\_\_\_. (1954). *Antropología económica: Estudio de economía comparada*. México: Fondo de Cultura Económica.
- INE. (2019). *El Alto en cifras*. Recuperado el 9 de mayo de 2020. En: INE (*web*). Disponible en: <https://www.ine.gob.bo/index.php/descarga/372/publicaciones/42830/el-alto-en-cifras.pdf>
- Korsbaek, L. & Barrios, M. L. (2004). "La antropología y la economía". En: *Ciencia Ergo Sum*, pp. 225-236.
- Langer, E. (2003). Bajo la sombra del Cerro Rico. Redes comerciales y el fracaso del nacionalismo económico en el Potosí del siglo XIX. En: *Revista Andina* (37), pp. 7-94.
- Larrazábal, H. (1988). "Sector informal urbano: Revisión a los enfoques teóricos precedentes al estado de la discusión". En: CEDLA-FLACSO, *El sector informal urbano en Bolivia*, pp. 15-44. La Paz: Edobol.

- Latouche, S. (2007). "La impostura desarrollista". En: S. Latouche, *Sobrevivir al desarrollo. De la colonización del imaginario económico a la construcción de una sociedad alternativa*, pp. 53-63. Barcelona: Icaria.
- Lazar, S. (2013). *El Alto, ciudad rebelde* (primera edición). La Paz, Bolivia: Plural.
- León, G., Valdez, H. & Vasquez, V. (2003). *Mercado Kantuta: ¿un mercado campesino?* La Paz: PIEB.
- Ley General del Trabajo. (24 de mayo de 1939). En: *DeveNet.net*. Recuperado el 30 de noviembre de 2020. Disponible en: <http://www.lexivox.org>
- Ley Municipal Transitoria 607. (20 de mayo de 2020). *Gobierno Autónomo Municipal de El Alto*. Recuperado el 10 de agosto de 2020. Disponible en: <http://www.elalto.gob.bo/blog/2020/05/22/ley-municipal-transitoria-n-607-2020/>
- Llanque, J. (2011). "Qamiris aymaras: Nuevas elites en Oruro". En: *Tinkazos* (29), pp. 45-63.
- López, G. M. (2018). "La configuración del trabajo en el siglo XXI: el mercado Eloy Salmón y los movimientos moleculares del capital". En: *Economía popular: entre la informalidad y la reproducción ampliada*, 22 (62), pp. 87-104.
- Los Tiempos. (27 de mayo de 2007). "Ropavejeros son escépticos con el Plan de Reconversión".
- Malinowski, B. (1973). *Los argonautas del pacífico occidental. Un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica*. Barcelona: Península.
- Martínez, E. (2014). "Estrategia: conceptos y vínculos". En: *DEBATES IESA*, pp. 36-39.
- Martínez, V. U. (1990). *Antropología Económica. Conceptos, teorías, debates* (primera edición). Barcelona, España: Icaria.
- Marx, C. (1962). *La génesis del capital*. Berlin: Progreso.
- Marx., K. (2008). *El Capital. Libro primero. Crítica de la Economía Política; el proceso de producción de capital* (volumen I). Iztapalapa: Siglo XXI.
- Matos, M. J. (1986). *El desborde popular y crisis del estado. El nuevo rostro del Perú en la década de 1980* (tercera edición). Instituto de Estudios Peruanos.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas* (primera edición) (I. Buccí, trad.) Madrid: Katz Editores.
- Mayer, E. (1974). "Las reglas del juego en la reciprocidad andina". En: G. Alberti, & E. Mayer, *Reciprocidad e intercambio en los Andes peruanos* (primera edición), pp. 37-65. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Medina-Vicent, M. (2014). "El papel de las trabajadoras durante la industrialización europea del Siglo XIX". En: *Fórum de Recerca*, pp. 149-163.
- Meillassoux, C. (1989). *Mujeres, graneros y capitales. Economía doméstica y capitalismo* (novena edición). México: Siglo XXI.
- Molina, J. L. (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona, España: Bellaterra.

- \_\_\_\_\_. (2004). *Manual de Antropología Económica*. UAB. Recuperado el 9 de agosto de 2020. Disponible en: <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/molina-j-l-2004-manual-de-antropologia-economica.pdf>
- Molina, M. (2006). "Estrategias de sobrevivencia e inequidades de género: El caso de la Argentina en el contexto latinoamericano". En: *Enfoques*, pp. 67-86.
- Mollericona, D. (2017). "¿Alcohol y gran poder? consideraciones sobre el consumo de bebidas alcohólicas en la fiesta del gran poder". En: *Segundas Jornadas de Investigación. Identidad, Patrimonio y Desarrollo*, pp. 203-217. La Paz: Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, Secretaría Departamental de Turismo y Culturas.
- Moquel, R. & Moreno, S. V. (2005). "Estrategias sociales, de la sobrevivencia a la contingencia". En: *Papeles de Población*, pp. 139-159.
- Morales, O. M. (2011). *Ley General del Trabajo*. La Paz: U.P.S.
- Mun, T. (1664). *England's Treasure by Forraign Trade. Or, the ballance of our forraign trade is the rule of our treasure*. Londres: Thomas Clark.
- Müller, J. (2015). "Etnografía del área comercial Eloy Salmón (La Paz, Bolivia): Transformaciones territoriales, estrategias económicas y prácticas culturales". En: *Temas Sociales. Revista de la carrera de Sociología* (37), pp. 13-34.
- \_\_\_\_\_. (2017). "La regulación del comercio en Bolivia: de la economía informal al mercado extralegal". En: *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, pp. 19-134.
- Murra, J. (1975). *Formaciones económicas y políticas del mundo andino* (primera edición). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Narotzky, S. (2001). "El afecto y el trabajo: La nueva economía, entre la reciprocidad y el capital social". En: *Archipiélago Cuadernos de crítica de la cultura*, pp. 73-77.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Antropología Económica. Nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.
- \_\_\_\_\_. (2015). "Economías ordinarias: Valores escondidos. Otra antropología de la crisis desde el sur de Europa". En: *Antrópica*, pp. 67-76.
- Narozky, S. & Besnier, N. (2020). "Crisis, valor y esperanza: repensar la economía". En: *Cuadernos de Antropología Social*, pp. 23-48.
- Natera, G. & Mora, J. (2010). "Teoría Fundamentada: Construyendo la experiencia de las familias acerca del consumo de alcohol y drogas". En: S. Bénard, *La teoría fundamentada: Una metodología cualitativa* (primera edición), pp. 55-82. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Núñez del Prado, J. (2020). "Economía estacionaria, decrecimientosostenible y deconstrucción de economía/desarrollo en tiempos de pandemia". En: *Umbrales* (36), pp. 45-77.
- Núñez, R. B. & Viaña, U. J. (2019). *Mujeres trabajadoras de la ciudad de El Alto. Entre la informalidad, la explotación y la violencia*. La Paz, Bolivia: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID.
- Organización Internacional del Trabajo (O. I. T.). (2013). *La economía informal y el trabajo decente: una guía de recursos sobre políticas, apoyando la transición hacia la formalidad*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo, Departamento de Política de Empleo.

- O. I. T. (2016). *Mejore su negocio: registros contables*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- P.N.D. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo "Bolivia Digna soberana, productiva y democrática para vivir bien: Lineamientos estratégicos"*. La Paz: Gaceta Oficial de Bolivia. Página Siete. (28 de Mayo de 2020). "Cedla: Siete sectores generarán desocupación". En: *Diario Pagina Siete*.
- Pahl, R. E. (1999). "Familia, trabajo y sociedad". En: *Trabajo y sociedad, indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas*.
- Palenzuela, P. (1995). "Las culturas del trabajo: Una aproximación antropológica". En: *Sociología del Trabajo*, pp. 3-28.
- \_\_\_\_\_. (2002). "Los orígenes de la Antropología Económica: ¿tienen economía los primitivos?". En *Antropología Económica: Teorías y debates. Memoria 1998-1999*. Convenio CID-Suiza-UMSA.
- Parra, L. D. (2012). *El Estado como promotor de la empresarialidad en el sector informal: análisis entorno al caso de Bolivia*. Bogota: Universidad EAN. Recuperado el 25 de Noviembre de 2020. Disponible en: <http://edicionean.ean.edu.co/index.php/working-papers/gerencia-humanista/49-uncategorised/working-papers/429-el-estado-como-promotor-de-la-empresarialidad-en-el-sector-informal-analisis-entorno-al-caso-de-bolivia>
- Paz, M., & Martínez, C. (2020). "Trabajadores agrarios en una economía rural de escaso desarrollo (Córdoba, Argentina): entre el salario, los subsidios y la informalidad laboral". En: A. Ruiz *et al*, *Tratado latinoamericano de Antropología del Trabajo* (primera edición), pp. 621-666. Buenos Aires: CLACSO / CEIL / CONICET. doi:978-987-722-722-2
- Pereira, M. R., Bridikhina, E., Montaña, G. J. & Blanco, T. R. (2009). *Para escuchar las voces de la calle: El comercio en vía pública en La Paz*. La Paz: PIEB.
- Pereira, M. R., Velasco, U. A. & Mendoza, R. (2015). *Comercio popular en vía pública. Estudio en el Macrodistrato Max Paredes de La Paz*. La Paz, Bolivia: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo, Dirección de Investigación e Información Municipal, Programa de Análisis e Investigación Estratégica Municipal / Fundación PIEB.
- Pérez, S. G. (2001). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes I Métodos* (tercera edición). Madrid: La Muralla.
- Platt, T. (2016). *Estado boliviano y ayllu andino. Tierra y tributo en el Norte de Potosí* (segunda edición). La Paz: Biblioteca del Bicentenario de Bolivia.
- PNUD. (2015). *Informe Nacional sobre Desarrollo Humano en Bolivia. El nuevo rostro de Bolivia. Transformación social y metropolización* (primera edición). La Paz, Bolivia.
- Polanyi, K. (1992). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo* (primera edición en español) (E. L. Suárez, trad.) México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- \_\_\_\_\_. (2015). "La economía como actividad institucionalizada". En: *Revista de Economía Crítica* (20), pp. 192-207.

- Porter, M. (2011). "¿Qué es la estrategia?". En: *Harvard Business Review*. Recuperado el 29 de septiembre de 2020. Disponible en:  
<https://en.calameo.com/books/004724237616765543b56>
- Portes, A. & Haller, W. (2004). *La economía informal*. Santiago: Naciones Unidas. CEPAL, SERIE Políticas sociales.
- Quijano, A. (1998). *La economía popular y sus caminos en América Latina*. Lima, Perú: MOSCA Azul.
- Quint, V. & Guarachi, R. (S/f). *El Régimen Tributario Simplificado (R.T.S.) en la recaudación de impuestos. Monografía*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Contaduría Pública, Diplomado en Tributación.
- Quisbert, G. (2002). *Estado y Microempresa como factor de cambio cultural en los Aymaras migrantes de la Feria 16 de julio (1985-1999)*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Antropología [Tesis para optar el grado Académico de Licenciatura en Antropología].
- Quispe, D., Tonconi, F. & Canaviri, C. (2011). *Warmis alteñas en el puesto de la vida. Testimonio económico y político de las mujeres del comercio minorista en la ciudad de El Alto*. La Paz, Bolivia: CPMGA.
- Requena, S. F. (1989). "El concepto de red social". En: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (48), 137-152.
- \_\_\_\_\_. (1991). *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional* (primera edición, volumen, número 119) (C. d. Sociológicas ed.). Madrid, España: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Redes sociales y cuestionarios* (primera edición, volumen, número 18). Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Restrepo, E. (2018). *Etnografía, alcances, técnicas y éticas* (primera edición). Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Reynoso, C. (2011). *Redes sociales y complejidad: Modelos interdisciplinarios en la gestión sostenible de la sociedad y la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 8 de mayo de 2018. Disponible en: <http://carlosreynosos.com.ar>
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos de trabajo: El nacimiento de una nueva era*. Paidós.
- Rivera, S. (2002). *Bircholas. Trabajo de mujeres: explotación capitalista y opresión colonial entre las migrantes aymaras de La Paz y El Alto*. La Paz: Mama Huaco.
- Rodas, C. (2011). *"Siempre llevo mi tierra conmigo" Movilidad, territorialidad e identidad en el Municipio de Coroico*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Antropología. [Tesis para optar al grado Académico de Licenciatura en Antropología]
- Rojas, B. (1995). "Artesanos y comerciantes minoristas en la democracia boliviana". En: J. Baldivia, & B. Rojas, *Obreros y gremiales en el proceso democrático*, pp. 103-192. La Paz: Fundación Milenio / CIPCA.

- Rojas, P. R. (2016). *La feria 16 de julio (jach'a qhatu) de El Alto Bolivia ¿Territorio o aglomerado de exclusión?* Quito, Ecuador: Flacso, Ecuador / Abya Yala.
- Rojas, U. R. (2020). "Estrategias de salida a la crisis del covid-19: consideraciones sobre el caso boliviano". En: *Umbrales* (36), pp. 115-142.
- Román-López, D. Á. (2016). "Codificación teórica: Metodología cualitativa para el análisis de datos". En: Á. Román-López, M. Castro & M. Zeballos, *Encuentros con la amazonía boliviana. Reflexionando desde la diversidad de nuestros pueblos* (primera edición), pp. 51-70). La Paz, Bolivia: ISEAT.
- Roseberry, W. (1997). "Marx and Anthropology". En: *Annual Review of Anthropology* 26, pp. 25-46. Recuperado el 2 de agosto de 2020. Disponible en: <http://www.jstor.com/stable/2952513>
- \_\_\_\_\_. (2014). *Antropologías e historias: ensayos sobre cultura, historia y economía política*. (A. Acevedo, trad.) Michoacán: El Colegio de Michoacán.
- Sachs, W. (1997). "Medio Ambiente". En: W. Sachs (ed.), *Diccionario del Desarrollo* (segunda edición), pp. 115-131. Cochabamba, Bolivia: Centro de Aprendizaje Intercultural.
- Sáenz, Á. & Di Paula, J. (1981). "Precisiones teórico-metodológico sobre la noción de estrategias de existencia". En: *Demografía y Economía*, pp. 149-163.
- Sahlins, M. (1983). *Economía de la edad de piedra* (segunda edición). Madrid: Akal.
- Samanamud, J., Alvarado, M. & del Castillo, G. (2003). *La configuración de las redes sociales en el microcrédito en contextos de precariedad laboral: el caso de los confeccionistas en tela de la ciudad de El Alto*. La Paz: PIEB.
- Sánchez, J. P. (1984). *Estrategias de supervivencia en la comunidad andina*. Quito: Centro Andino de Acción Popular.
- Sandoval, G. & Sostres, F. (1989). *La ciudad prometida: Pobladores y organizaciones sociales en El Alto*. La Paz: ILDIS.
- Seoane, F. A. (2020). "Tendencias globales y locales de la crisis sistémica. Buscando oportunidades de cambio". En: *Revista Umbrales* (36), pp. 13-44.
- Smith, A. (1996). *La riqueza de las naciones (Libros I-II-III y selección de los Libros IV y V)*. (C. R. Braun, trad.) Madrid: Alianza Editorial.
- Sossa, J. (2008). "La mujer comerciante -Feria 16 de julio, El Alto- como sujeto de microcrédito". *Caso: Entidades microfinancieras no reguladas EMF's (Modalidad Bancos Comunes) Periodo 2003-2006*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, Carrera de Economía [Tesis para optar el grado Académico de Licenciatura en Economía].
- Spedding, A. (2003). *Breve curso de parentesco* (Segunda ed.). La Paz: Mama Huaco.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Religión en Los Andes. Extirpación de idolatrías y modernidad de la fe andina*. La Paz: ISEAT.
- \_\_\_\_\_. (2010). "Metodologías cualitativas: Ingreso al trabajo de campo y recolección de datos". En: M. Y. (coord.), *Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y*

- cuantitativas en ciencias sociales y humanas* (tercera edición), pp. 117-196. La Paz, Bolivia: Fundación PIEB.
- Stern, S. (1987). La variedad y ambigüedad de la intervención indígena andina en los mercados coloniales europeos: apuntes metodológicos. En O. Harris, B. Larson, & E. Tandeter, *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción social siglos XV a XX* (primera edición), pp. 281-312. La Paz: Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (primera edición en español) (E. Zimmerman, trad.) Medellín, Colombia: Universidad de Antioquía.
- Strobele, J. G. (1993). "Búsqueda de seguridad y de formas propias de afirmación de la identidad social aimara urbana". En: *América Indígena*, pp. 165-177.
- Sunkel, O. (1973). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo* (sexta edición). México: Siglo XXI S. A.
- Tassi, N. (2012). *La otra cara del mercado: Economías populares en la arena global*. La Paz: ISEAT.
- Tassi, N. & Canedo, M. E. (2018). "Autonomía, institucionalidad y país en la economía popular". En: *Diversidad Institucional. Autonomías Indígenas y Estado Plurinacional en Bolivia*, pp. 257-280. La Paz: OEP / TSE / MP-VA / CONAIOC / PNUD.
- \_\_\_\_\_. (2019). "Economía comunitaria". En: M. G.-T. Calderón, P. Pachaguay, N. Tassi & M. E. Canedo, *Justicia, democracia y economía comunitarias*, pp. 155-248. La Paz: Centro de Investigaciones Sociales, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Tassi, N., Arbona, J., Ferrufino, G. & Rodríguez-Carmona, A. (2012). "El desborde económico popular en Bolivia. Comerciantes aymaras en el mundo global". En: *Nueva Sociedad*, pp. 93-105.
- Tassi, N., Hinojosa, A. & Canaviri, R. (2015). *La economía popular en Bolivia: Tres miradas*. La Paz: Centro de Investigaciones Sociales, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Tassi, N., Medeiros, C., Rodríguez-Carmona, A. & Ferrufino, G. (2013). *"Hacer plata sin plata". El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. La Paz: PIEB.
- Temple, D. (1995). *La dialéctica del don. Ensayo sobre oikonomía de las comunidades indígenas*. La Paz: Hisbol.
- Tokman, V. (1987a). "El sector informal: Quince años después". En: *El trimestre económico*, pp. 513-536.
- \_\_\_\_\_. (1987b). "El imperativo de actuar. El sector informal hoy". En: *Nueva Sociedad*, pp. 93-105.
- \_\_\_\_\_. (2003). "De la informalidad a la modernidad". En: *Boletín cinterfor*, pp. 9-32. Recuperado el 6 de diciembre de 2020. Disponible en: [https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file\\_articulo/tokman.pdf](https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_articulo/tokman.pdf)

- Tomás de Aquino, S. (2014 [1485] ). *Summa Theologiae II*. Madrid: Biblioteca de autores cristianos.
- Torrado, S. (1981). "Sobre los conceptos de 'estrategias familiares de vida' y 'proceso de reproducción de la fuerza de trabajo': Notas teórico-metodológicas". En: *Demografía y Economía*, pp. 204-233.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Familia y diferenciación social: Cuestiones de método*. Buenos Aires: Eudeba.
- Torrice, E. F. (2017). *Emergencia urbana. Urbanización y libre mercado en Bolivia*. La Paz: Centro de Documentación e Información Bolivia (CEDIB).
- UNITAS. (1988). *El Alto desde El Alto: Estudio elaborado por el programa del Sector Urbano Popular de UNITAS*. La Paz: UNITAS.
- Vázquez, D. T. (2018). *Estrategias familiares como mecanismo de protección social de los vendedores informales. Estudio de caso en Ibagué*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana - Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Maestría en Política Social.
- Vidaurre, G. (2005). *Impacto de la importación de ropa usada en Bolivia*. Santa Cruz: IBCE.
- Villarreal, M. (2004). *Antropología de la deuda. Crédito, ahorro, fiado y prestado en las finanzas cotidianas* (primera edición). México: CIESAS / Miguel Ángel Porrúa.
- Wanderley, F. (2011). *El desarrollo en cuestión: Reflexiones desde América Latina*. La Paz: Plural.
- Wolf, E. (2005). *Europa y la gente sin historia* . México: Fondo de Cultura Económica.
- Yampara, S. (2001). *El ayllu y la territorialidad en Los Andes. Una aproximación a Chambi Grande* . La Paz: Qamán Pacha Cada / UPEA.
- Yampara, S. & Temple, D. (2008). *Matrices de Civilización: sobre la teoría económica de los pueblos andinos*. El Alto: Qamaña.
- Yampara, S. Mamani, S. & Calancha, N. (2007). *La cosmovisión y lógica en la dinámica socioeconómica del qhathu/feria 16 de julio*. La Paz, Bolivia: Fundación PIEB / UPEA / CEBIAE / Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza / Red HABITAD / Wayna Tambo / CISTEM.
- Zegarra, J. (2008). *La telefonía móvil entre los productores y comerciantes de la Feria 16 de julio de El Alto, Bolivia*. Lima: IDRC; Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información.

## ENTREVISTAS

- Eugenia, 18 de agosto de 2019
- Rouss, 18 de agosto de 2019
- Raúl, 13 de junio de 2020
- Gonzalo, 15 de junio de 2020
- Lety, 24 de julio de 2020
- Mercedes, 22 de agosto de 2020

Pablo, 29 de agosto de 2020

Julio, 30 de octubre de 2020

Wilma, 30 de octubre de 2020

Ana, 31 de octubre de 2020

Benita, agosto de 2019, febrero y octubre de 2020

## ANEXOS

### Anexo 1: Partícipes de la Investigación

Seudónimos	Descripción	Características	Etapas
Eugenia	Procedente de la ciudad de Sucre, tiene 38 años, de habla castellano, tez clara, contextura delgada y cabello lacio. Persona muy amable y sociable que conversaba con facilidad con sus colegas comerciantes. Vestía con zapatos negros, pantalón jean azul, canguro rojo y sombrero blanco.	Se inició en la actividad como inquilino de un puesto y con el pasar del tiempo pudo adquirir uno propio. Ofrece a la clientela ropa de niño, de mujer y de varón.	P R I M E R A
Rouss	Nacida en La Paz de 49 años, habla el idioma castellano, de contextura robusta y piel trigueña. Persona amable y conversadora. Usualmente vestía con tenis blanco, buzo azul, chompa café y mandil plomo.	Vende en un puesto que alquila, ofreciendo ropa interior y mallas de piscina para mujer, de procedencia americana y nueva. Su esposo y sus hijas le ayudan a armar y desarmar el puesto.	E T A P A
Elio	Procedente de la Provincia Ingavi de 65 años, de habla castellano y aymara, tez trigueña y contextura mediana. Su relacionamiento con los comerciantes era amena y muy conversador. Normalmente vestía de tenis blanco, buzo azul, chompa ploma, chaleco guindo y gorra blanca.	Realiza la venta de cortinas y manteles de procedencia americana. El puesto donde ofrece la mercadería es propio y en momentos recibe la ayuda de sus hijos en la actividad.	E T A P A

Leticia	Nacida en la mina de Viloco en la Provincia Loayza, de habla castellano, tez trigueña, contextura mediana de 53 años. Persona sencilla, amena y de relacionamiento muy amigable. Normalmente vestía de chompa azul, buzo negro y tenis blancos.	Se inició en la actividad vendiendo higiénicos. Actualmente ofrece tenis y zapatos nuevos de la marca manaco, bata y acuarela. La mercadería que expone es un puesto propio y en momentos su esposo le ayuda en las ventas.	
Irma	De 72 años, nacida en la comunidad de Eucaliptus cercano a la ciudad de Oruro de habla castellano y aymara. Persona tranquila y amistosa, de tez morena y contextura robusta. Normalmente vestía con gorra de lana azul, manta negra, chompa café, pollera azul y zapatillas negras.	El producto que ofrece para la venta son mochilas nuevas procedentes de Panamá y de otras regiones. La mercadería que ofrece a la clientela es en un puesto propio. El esposo y los nietos ayudan en la actividad, además de contar con ayudantes.	
Raúl	Nacido en La Paz de 43 años, de habla castellano y aymara, contextura delgada y tez morena. No interactuaba seguido con sus vecinos, limitándose a realizar su trabajo. Normalmente vestía con tenis plomos, pantalón jean azul, chompa café y chamarra ploma.	Realiza la venta de pantalones de tela y faldas para dama. Junto a su esposa realizan la actividad en apoyo mutuo. Además, cumplió con la vida orgánica siendo parte del ex-directorio en la gestión 2005-2007.	S E G U N D A
Gonzalo	Nacido en el municipio de El Alto de 35 años, de habla castellano, estatura mediana y tez morena. Su relacionamiento con los comerciantes es amena y	Fue parte del ex-directorio en la gestión 2013-2015, cumpliendo la vida orgánica satisfactoriamente. En su puesto ofrece para la venta calzas y	

	amigable. Su vestimenta normalmente consistía en zapatos negros, pantalón jean azul y canguro plomo.	poleras de dama. Atiende el negocio junto a su esposa.	
Lety	Nacida en La Paz de 53 años, de habla castellano, contextura delgada y tez trigueña. Muy sociable con los comerciantes y particularmente con los dueños de casa. Normalmente se viste con tenis blanco, buzo azul, chompa café y chamarra negra.	Realiza la venta de pantalones jean de varón. Sus tres puestos los arma junto a tiendas alquiladas y recurre a seis ayudantes, quienes le colaboran en la actividad. Fue parte del ex-directorio en la gestión 2013-2015.	E T A P A
Mercedes	Nacida en Corocoro de la Provincia Pacajes 61 años, de habla castellano y aymara, contextura normal, voz fuerte y tez morena. Entabla conversación con comerciantes amigas entre grandes risas. Viste con zapatos negros, buzo plomo y chompa café.	Fue parte de los fundadores en calidad de vecina del lugar. En su puesto ofrece platos a la leña como el lechón de cerdo y pollo. Trabaja junto con sus cuatro hijas y con tres ayudantes.	
Pablo	Nacido en el municipio de El Alto de 53 años, de habla castellano y aymara, contextura robusta y tez trigueña. Es amigable y jovial con los comerciantes. Su vestimenta habitual es un tenis negro, pantalón jean azul, polo beige y gorra negra.	Es vecino del lugar y fundador de la asociación. En la actualidad alquila su puesto de venta y adicionalmente, en su vivienda atiende un pequeño baño público que le ayuda a costear el pago de los servicios básicos.	

Julio	Nacido en Coroico de la Provincia Sud Yungas de 58 años, de habla castellano, contextura mediana y tez morena. Persona tranquila y amigable, entabla conversación abiertamente. Usualmente viste con zapatos negros, jean azul, chompa guinda y sombrero negro.	Fue parte del ex-directorio en la gestión 2011-2013 y realiza la venta de ropa de niño. Trabaja junto a su esposa y en ciertas circunstancias recibe el apoyo de sus hijos en la actividad.	T E R C E R A
Wilma	Nacida en el municipio de El Alto de 22 años, de habla castellano, contextura delgada y tez trigueña, conoce a una buena cantidad de sus colegas comerciantes. Normalmente viste con tenis negros, calza azul, canguro negro y chamarra anaranjada.	Empezó a trabajar en la actividad como ayudante desde sus ocho años y hace dos años se independizó alquilando un puesto. Realiza la venta de blazers para varón en colaboración con su esposo y su hermano.	E T A P A
Ana	Nacida en la Provincia Los Andes de 53 años, de habla castellano y aymara, contextura robusta, tez morena y estatura mediana. La vestimenta que utiliza generalmente son zapatillas negras, falda larga de color azul y chompa café.	En su puesto ofrece para la venta chamarras con la colaboración de un ayudante.	
Mary	Nacida en La Paz de 47 años de habla castellano y aymara, contextura robusta, tez trigueña y estatura mediana. El relacionamiento con los comerciantes es amena y muy amigable. La vestimenta que	La mercadería que ofrece son juguetes de procedencia americana. Las vende en su puesto propio y recibe la ayuda de sus hijos en la actividad. Es parte del directorio de la	

	utiliza es de zapatillas negras, pollera, chompa y manta de color negro.	asociación de la gestión 2019-2021	
Carmelo	Nacido en La Paz de 45 años y de habla castellano y aymara, contextura delgada, piel morena y estatura mediana. El relacionamiento con los comerciantes es muy selectivo, limitándose a realizar la actividad. Normalmente viste de tenis blancos, pantalón jean azul y chamarra azul.	En su puesto ofrece para la venta chaquetas de polares para varón y mujer de procedencia americana. El trabajo que realiza es mediante el apoyo familiar, tanto de su esposa e hijos.	
Benita	Nacida en La Paz de 62 años, de lengua aymara y castellano, contextura normal y tez trigueña. Viste con zapatillas negras, pollera ploma, chompa azul, mandil de manga larga azul y lleva en la cabeza una gorra de lana de color café.	En su puesto ofrece desayuno por la mañana, fresco hervido a media jornada y vende café en la tarde. En horarios de poco movimiento en la Feria, usualmente se pone a dialogar con sus vecinos de forma amena. También fue parte del ex-directorio en la gestión 2013-2015.	Diálogos informales en las tres etapas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas y observación participante (2019-2020)

## Anexo 2: Puestos de venta con armazones y ch'iviñas



**Fuente:** Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 1 de septiembre de 2019.

## Anexo 3: Venta de fardos



**Fuente:** Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 11 de junio de 2020.

#### Anexo 4: Directiva Asociación Pascoe y Vecinos



Fuente: Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 21 de junio de 2013.

#### Anexo 5: Regalos navideños para los comerciantes



Fuente: Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 21 de diciembre de 2019.

### Anexo 6: Registro manual del comerciante

Fecha	Detalle	EGRESOS	SALIDAS Ingresos	TOTAL
18/02/2020	COMPRA DE PAÑO	1.350-		-1.350-
20/02/2020	VENTAS DEL DIA		70-	-1.280-
22/03/20	VENTAS WILMER T/80-80 5/30		50-	-1.230-
24/03/20	VENTA DE CAMISA V.		60-	-1.170-
25/03/20	VENTA FERIA		150-	-1.020-
27/03/20	VENTA FERIA		2.90-	-730-
01/09/20	VENTA FERIA		1.30-	-600-
	PAGO DE ALQUILER	700-		-1300-
03/09/20	VENTA FERIA		60-	-1240-
06/09/20	VENTA FERIA		390-	-850-
10/09/20	" "		230-	-620-
13/09/20	" "		740-	-20-
	PAGO DE ALQUILER	300-		-150-
	PAGO " MAMAS	200-		-450-
	COMPRA DE PAÑO	2200-		-1600-
17/09	" "		260-	-1420-
20/09	VENTA FERIA		540-	-880-
24/09	VENTA FERIA		210-	-670-
27/09	" "		280-	-390-
01/10	" "		170-	-220-
	PAGO ALQUILER	700-		-920-

Fuente: Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 29 de noviembre de 2020.

### Anexo 7: El comerciante emprendedor



Fuente: Elaboración propia de Jhonny Copa. Fotografía tomada el 24 de julio de 2020.