

Universität
Bielefeld

Universitätsschwerpunkt
Lateinamerikaforschung

DOCUMENTOS DE TRABAJO DOCUMENTOS DE TRABALHO

ARBEITSPAPIERE

Número 13, Mayo 1978

Wolfgang S c h o o p

LOS CICLOS ROTATORIOS DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES EN LAS FERIAS
SEMANALES DE LOS VALLES DE COCHABAMBA (BOLIVIA)

Hasta ahora publicado:

- No. 1: H. Walter Schmitz, "Probleme empirischer Sozialforschung im interkulturellen Kontext" (Julio 1975)
- No. 2: Dieter Goetze, Veronika Bennholdt-Thomsen, "Marginalität, Marginalisierung, marginale Masse". Ein Ansatz der soziologischen Theorie in Lateinamerika. Agosto 1975)
- No. 3: Jürgen Golte, "Ethnologische Feldforschung unter der Landbevölkerung im peruanischen Hochland".
Michael Schwahn, "Aspekte des Theorie-Praxis-Bezugs bei sozialwissenschaftlichen Forschungen in Lateinamerika" (Noviembre 1975)
- No. 4: Heinz Rudolf Sonntag, "Teorías del Subdesarrollo y el Caso de Venezuela" (Diciembre 1975)
- No. 5: Herbert J. Nickel, "Zur Immobilität und Schuldknechtschaft mexikanischer Landarbeiter". (Enero 1976)
- No. 6: Andrea Gaitzsch, "Die Bedeutung sozialer Konflikte im Prozeß der peruanischen Agrarreform".
Volker Jülich, "Die Kolonisation in der Selva - Möglichkeit der Ergänzung der peruanischen Agrarreform" (Mayo 1976)
- No. 7: Horst Pietschmann, "Forschungsprobleme zur Geschichte der Indianerbevolkerung des kolonialen Mexikos (Octubre 1976)
- No. 8: Klaus Eßer, "Industrialisierungsstrategien und Entwicklung in Lateinamerika" (Vorstellung eines Forschungsprogramms) (Junio 1977)
- No. 9: Claudia von Werlhof, Hartmut Kärner, "Frauen, Bauern und Staat" (Julio 1977)
- No. 10: Veronika Bennholdt-Thomsen, Albrecht Boeckh, "Problemas en el análisis de clases del sector agrario en estados con reproducción dependiente del mercado mundial". Un nuevo enfoque. El caso de México. (Agosto 1977)
- No. 11: Udo Oberem, "Contribución a la historia del trabajador rural de América Latina: 'Conciertos' y 'Huasipungueros' en Ecuador". (Septiembre 1977)
- No. 12: Johannes Augel, "Emancipation and the Reproduction of Foreign-Shaped Structures". (Noviembre 1977)

Traducción del presente trabajo: Anneliese Garrido.

Los "Documentos de Trabajo" aparecen discontinuadamente.

Se pide canje.

Correspondencia a: Universität Bielefeld
Centro de Investigaciones sobre América Latina
Postfach 8640
4800 Bielefeld/Rep.Federal de Alemania

LOS CICLOS ROTATORIOS DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES EN
LAS FERIAS SEMANALES DE LOS VALLES DE COCHABAMBA (BOLIVIA)

INDICE

1. Nivel de avance de la investigación y zona de estudio.
 - 1.1 La investigación sobre los "mercados periódicos" desde principios de la década del setenta.
 - 1.2 La idoneidad especial de la cuenca de Cochabamba para estudios de mercado.
2. Métodos de estudio empleados
 - 2.1 Búsqueda en las instituciones oficiales, cartografía de los mercados y fotos aéreas.
 - 2.2 Interrogación representativa de los comerciantes.
3. Movilidad de los comerciantes en los mercados provinciales
 - 3.1 "Comerciantes sedentarios"
 - 3.2 "Comerciantes de un solo día"
 - 3.3 "Comerciantes ambulantes" con un total de 2-7 ferias visitadas.
4. Caracterización de los mercados.
 - 4.1 Frecuencia de los ciclos migratorios.
 - 4.2 Representación de los grupos principales de comerciantes.
 - 4.3 Especialización de la mercancía ofrecida.
 - 4.4 Origen de los comerciantes y procedencia de la mercadería ofrecida.
5. Influencia de las migraciones sobre el sistema de los mercados semanales.
 - 5.1 Intensidad de los contactos entre los mercados.
 - 5.2 Series de mercados.
 - 5.3 Desplazamiento, desaparición temporal y atrofia de los mercados semanales.
6. Puntos principales de estudio y problemas para el futuro.

Wolfgang Schoop¹⁾

LOS CICLOS ROTATORIOS DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES EN
LAS FERIAS SEMANALES DE LOS VALLES DE COCHABAMBA (BOLIVIA)

El trabajo aquí presentado fue llevado a cabo en los meses de Septiembre y Octubre de 1977 con estrecha colaboración del "Instituto de Estudios Sociales y Económicos" (IESE) de la Universidad Mayor de San Simón (UMSS) de Cochabamba/Bolivia. Al señor Director del IESE, Lic. Ramiro BARRIUSO, vaya aquí mi especial agradecimiento por el amplio y entusiasta apoyo prestado²⁾. Durante mi estadia en Bolivia tuve a mi disposición la colaboración de cinco investigadores del IESE como encuestadores bilingües para castellano y quechua³⁾. Estos jóvenes colegas fueron una ayuda indispensable, no sólo durante la realización de la encuesta sino también durante la preparación del cuestionario y la evaluación sinóptica final.

El texto de este manuscrito fue expuesto en una conferencia en la Universidad de Bielefeld (2.2.78). Este artículo da una imagen global sobre los primeros resultados de la investigación logrados manualmente. Sobre los resultados del análisis hecho con ayuda de la computadora, especialmente sobre la interdependencia entre los ciclos rotatorios y la variedad de productos ofrecidos o procedencia de los negociantes respectivamente, se publicará un informe en otoño de 1978.

El hecho, de que el comercio local se realice con determinados intervalos de tiempo y en determinados lugares, es decir, que se han desarrollado poblaciones con actividad periódica de mercado, es relatado e investigado de cerca por los geógrafos, ya desde algunos decenios. Cabe aquí señalar los trabajos de P. DEFFONTAINES (1957)⁴⁾ sobre el Brasil o las investigaciones de G. SCHWARZ ⁵⁾ sobre las actividades de los mercados en el País Vasco Francés. Causan también especial impresión los análisis de las ferias semanales efectuadas periódicamente en el Cercano Oriente, en el área de Nigeria o en la China tradicional, donde era común el ritmo de diez días en vez del ritmo habitual para nosotros de 7 días.

1.1

Desde comienzos de los años 70, se observa un auge repentino en la investigación de los "mercados periódicos" (Periodic Markets). Especialmente los anglosajones, p.ej. SYMANSKY ⁶⁾, BROMLEY ⁷⁾ y GOOD ⁸⁾ han fomentado el desarrollo en este campo. Así se fundó un grupo de investigación propio en la "Unión Geográfica Internacional" (UGI) bajo la dirección de Robert SMITH que se preocupa de las "Market Distribution Systems". Los primeros resultados de este grupo de trabajo que fueron presentados en el congreso de la UGI en Moscú, aparecieron recientemente en Mainz/Alemania Federal. Fueron publicados por Erdmann GORMSEN ⁹⁾, el presidente alemán de este grupo de investigadores, quien personalmente analiza el sistema de ferias y sus interacciones recíprocas en el territorio mexicano desde mediados de los años 60 ¹⁰⁾.

BROMLEY ¹¹⁾ presentó en 1974 una amplia bibliografía con 1500 títulos en total, que están en relación con el planteamiento de toda la problemática sobre actividades rítmicas de mercado. Un voluminoso trabajo sobre "Internal Exchange Systems" recién se ha publicado en Melbourne (Australia) por Robert SMITH ¹²⁾.

Pero aunque el modo de observación se ha hecho más diferen-

ciado dentro de estas fases recientes de investigación y los procedimientos de estudio han sido en gran parte cuantitativamente cimentados, la presentación del tema estuvo siempre dirigida hacia el mercado y sus actividades económicas. A pesar que faltan estudios detallados de numerosos sectores, estamos exactamente informados sobre el panorama de tales ferias, sobre su sectorización interna y su estructura cambiante. En modelos impresionantes se ha representado la periodicidad, jerarquía y coordinación recíproca de las diferentes ferias. En cambio aún no conozco ningún trabajo en el cual se considere en debida forma al comerciante ambulante como el factor dominante de estas manifestaciones rítmicas y modelos areales. Por cierto que existen numerosos relatos de tipo más bien informal en los estudios citados, en los cuales se describe las migraciones por turno de algunas familias y grupos de comerciantes. Pero por el momento aún faltan análisis que incluyan cuantitativamente la importancia de los comerciantes ambulantes en la formación de estos sistemas periódicos de mercados.

En Bolivia también ya existen estudios de mercados, para la región de La Paz ¹³⁾. Según los trabajos existentes de antropólogos norteamericanos, el intercambio mercantil no-periódico con las grandes regiones vecinas juega un papel más importante que el ciclo semanal. Es por esta razón que nos pareció más apropiada la región de los Valles densamente poblados de Cochabamba para la cuantificación de movimientos migratorios semanales ¹⁴⁾. Esta región de la cuenca de Cochabamba, con una población total de aproximadamente 450.000 habitantes (eso es casi el 10% de la población total del país), pertenece a las regiones agrícolas más densamente pobladas de los Andes Centrales. En las afueras de la capital departamental, la densidad de población está aquí entre 100 y 200 hbts./km², una densidad extraordinariamente alta para regiones de explotación agrícola.

Llama la atención en este sector de Cochabamba un número más bien alto de pequeñas ciudades con una población entre 3000 y 20.000 habitantes, los cuales han podido mantener su posi-

ción, a pesar de la cercanía e importancia de la capital regional Cochabamba (1976: 205.000 habitantes). Mientras que las demás capitales departamentales de Bolivia han tenido que sufrir un aislamiento que dificultaba su desarrollo, en este territorio agrícola favorecido, a una altura de 2.600 m, comenzaron a penetrar las formas de vida campestres y urbanas ya en la época colonial del siglo XVIII.

El comercio en la cuenca de Cochabamba se fomenta ante todo por la diversidad de terrenos cultivables. En las superficies de riego de la cuenca se dan principalmente hortalizas y maíz, además alfalfa, que se cultiva para la intensiva cría de ganado productor de leche. Bajando hacia Sipe-Sipe, se encuentran conocidos terrenos de cultivo para la vid y frutas de hueso (drupas). Las regiones secas de vertiente son dedicadas a la cría extensiva de ganado criollo, ovejas y cabras. Las superficies planas de la sierra se utilizan para el cultivo de papas y cebada. Más allá de la línea divisoria hidrográfica se llega hoy en tres horas en auto al territorio complementario tropical del departamento, donde se cultiva el arroz, la coca, el plátano y frutos cítricos.

Pero no sólo el medio favorable y la gran variedad de terrenos cultivables, sino también la situación geográfica central del departamento de Cochabamba y su capital han colaborado a dar un carácter propio a las actividades comerciales de la ciudad y sus alrededores. Aquí se tocan las áreas de aprovechamiento del comercio limitrofe legal e ilegal, el cual por un lado se efectúa desde el Perú, a través de La Paz, y por el otro lado desde los países vecinos orientales, a través de Santa Cruz, y se distribuye aquí para el interior. Agréguese que Cochabamba se encuentra exactamente en el punto medio de la única carretera asfaltada de Bolivia que une La Paz y Santa Cruz, las dos ciudades más grandes del país. Todo esto son causas que determinan el carácter de Cochabamba como centro mercantil y que han fomentado la ampliación de relaciones comerciales intensivas con la provincia.

2.1

Para lograr un concepto más exacto de las actividades comer-

ciales de las ferias provinciales de Cochabamba, especialmente en lo referente a las características de sus manifestaciones rítmicas, se ha usado diversos métodos. El inventario de datos existentes en oficinas públicas y religiosas, sindicatos de transportes e instituciones similares traía resultados en gran parte desilusionantes. Porque en Bolivia sencillamente aún no se percibe la necesidad de recolectar material estadístico si no existe evidente urgencia. Por este motivo nuestro grupo de investigación tuvo que iniciar sus encuestas en el lugar de los hechos. Así p.ej., hemos contado uno por uno los miembros de determinados grupos de comerciantes en una feria anual (con 690 vendedores) investigada como modelo. Afortunadamente tuvimos a nuestra disposición mapas detallados de la feria central en Cochabamba, los cuales habían sido elaborados en 1974 por Ernesto KLAHSEN, postgraduado del "Instituto Geográfico de Aquisgrán" (Aachen/Alemania Federal).

Para completar y facilitar trabajos de detalles tan minuciosos se efectuaron vuelos sobre las dos ferias dominicales más importantes para fotografiar una serie de vistas aéreas. Pero debido a turbulencias climatológicas, estas fotografías aéreas fueron hechas por la mañana (entre 10 y 11 horas), así que sólo fue posible captar parcialmente el desarrollo del mercado. Porque cabe señalar que hay fuertes fluctuaciones entre los comerciantes durante el día y sólo alcanzan su mayor número después de mediodía.

2.2

El material de documentación más importante se obtuvo por lo tanto a través de encuesta directa a los comerciantes. El cuestionario se elaboró corto, para tratar de aclarar en detalle la pregunta principal referente al cambio del lugar de venta en el transcurso de la semana. Además se hicieron preguntas referentes a la estructura demográfica de los comerciantes, a su lugar de nacimiento y al domicilio fijo de los parientes. Las mercaderías ofrecidas en venta no sólo se registraron según determinados grupos, sino también según el lugar donde habían sido comprados o producidos. También nos pareció importante determinar el tipo de comprador (co-

mo comerciante mayorista, minorista o consumidor) y el medio de transporte usado por los comerciantes para llegar a la feria.

La encuesta se realizó en las siete ferias de la región de la cuenca (fig. 1) y en dos ferias más distantes. Con excepción de las ferias de Vinto y El Puente, están todas las demás en capitales de provincia.

Del total de 42.000 comerciantes (comp. fig. 2) registrados en estas ferias durante los días de la investigación, fue posible entrevistar aproximadamente a 1500 (esto es 3 y medio por ciento), evitándose así la doble encuesta. Con esto pudo llegarse plenamente al objetivo, que era encuestar a un comerciante de cada treinta. Sólo en Capinota fue perturbada la encuesta por la cercanía de una feria anual, esto tuvo como consecuencia que en el mercado sólo había 200 comerciantes presentes. De las personas investigadas, es posible identificar a 902 como auténticos comerciantes ambulantes, o sea comerciantes que visitan más de una feria. Ya que se reencuentra a las mismas personas como promedio en 3-4 ferias. Esto disminuye el número total de comerciantes. Podemos por lo tanto calcular en un 11% a 13% la muestra escogida entre los comerciantes ambulantes.

3.

Para poder identificar a los comerciantes ambulantes como motor más importante de las actividades periódicas de los mercados, nos pareció apropiado ampliar la encuesta a la totalidad de los vendedores de las ferias. Para esto no se tomó en consideración, si el encuestado se identificaba ya físionómicamente como residente fijo del lugar por ser dueño de un puesto fijo en el mercado, o si se trataba de una humilde vendedora de la provincia que estaba acucillada frente a su montoncito de frutos del campo producidos por ella misma.

En relación a la movilidad de los comerciantes, es posible determinar tres grupos principales en base a la encuesta.

Hay:

(fig.3) 1) Los comerciantes residentes del lugar, a los que denominaremos "comerciantes sedentarios"

- 2) Los comerciantes que trabajan sólo un día determinado en la feria, a los que llamamos "comerciantes de un solo día"
- 3) Los comerciantes ambulantes, que aparecen en las ferias de dos a siete lugares y que en casos extremos pueden vivir en un octavo lugar.

3.1

Los "comerciantes sedentarios" corresponden al 7% de los encuestados. Se trata predominantemente de personas dedicadas al comercio que durante el resto de la semana aseguran a los residentes del lugar el abastecimiento de mercaderías de consumo diario como carne, pan o verduras. Ellos generalmente tienen sus puestos en los mercados cubiertos o su pequeño negocio en las calles adyacentes de la plaza del mercado; de ninguna manera consideran la afluencia de otros comerciantes en los días de feria como competencia desagradable, ya que el movimiento de la feria también favorece su negocio. Especialmente los dueños de negocios que ofrecen artículos de consumo de mayor duración como vestidos, géneros y artículos domésticos aprecian el grupo de los "comerciante de un solo día" como clientela bienvenida, ya que estos suelen abastecerse para las semanas siguientes con la ganancia de venta recién obtenida.

3.2

Estos "comerciantes de un solo día" corresponden al 32% de los vendedores de feria y son un grupo muy poco homogéneo. Si se considera su procedencia, podemos dividirlos en tres subgrupos característicos.

- a) El subgrupo más grande lo forman con más o menos la mitad del total, el contingente de los comerciantes provenientes de los alrededores rurales. Ellos vienen de pequeños lugares de la provincia misma o de la provincia vecina. En su mayoría es gente que ofrece sus propios productos del campo o artículos de fabricación doméstica, como p.ej. herramientas, tejidos o instrumentos musicales.
- b) El segundo subgrupo fue el que más nos sorprendió; sus miembros provienen del lugar mismo de la feria. Durante el resto de la semana, ellos no ejercen ninguna actividad comer-

cial. Sólo el día de la feria, muy de madrugada, compran de un comerciante mayorista un pequeño surtido de mercaderías, el cual revenden con un leve recargo. Estos comerciantes, generalmente mujeres, se denominan "revendedoras".

c) Es difícil de decidir, en qué medida son "comerciantes de un solo día" el tercer grupo de personas. Porque ellos viven en lugares con feria propia. Es probable que este tipo de comerciantes contradictorio en sí sea consecuencia de riñas entre los comerciantes o los sindicatos de su lugar, o se cree por la probabilidad de realizar un buen negocio con determinados productos en el segundo lugar de feria.

3.3

Dediquemos nuestra atención al tercer grupo de comerciantes, los comerciantes ambulantes, los que con el 60% constituyen el grueso de los comerciantes de feria. Ellos, con un total de 1000 a 8000 personas que trabajan diariamente como comerciantes ambulantes, determinan el tipo y alcance de contactos entre las distintas ferias. Es muy importante la siguiente observación: sólo una parte de estos comerciantes es realmente migratoria. Porque según nuestra investigación, la mayoría de los comerciantes ambulantes no llegan a alojarse en el respectivo lugar de feria. Las personas calificadas por nosotros como "comerciantes ambulantes" en cambio, realizan movimientos pendulares diarios, y sus rutas se desplazan de un día a otro. Es por esto que el término "ciclo rotatorio" es problemático para este tipo de movilidad, ya que se trata de una sucesión de movimientos radiales que parten desde un punto. Pero estos movimientos son los que luego dan origen a las así llamadas manifestaciones periódicas de funcionamiento de mercados, las ferias semanales, y éstas, por su sucesión diaria, originan series o sistemas de mercados que se complementan mutuamente.

Al aumentar el número de ferias visitadas, se complican cada vez más los modelos de migración (fig.4). En total pudimos determinar 112 diferentes combinaciones migratorias. Las migraciones más corrientes son las turnadas, con visitas a dos hasta cuatro ferias; y no consideramos los contactos con lugares más pequeños que no investigamos (valor A). El comer-

ciante ambulante está en promedio 3-4 días de viaje. El comerciante que únicamente oscila entre dos ferias, muy a menudo cambia su función de comprador a revendedor. Entre los encuestados que indican tres días de feria regular, son muy numerosos los comerciantes que van los miércoles y sábados a las grandes ferias en Cochabamba y además visitan una feria de provincia. Mientras que para las personas mencionadas hasta este momento, es de suponer que tienen una ocupación adicional en la agricultura, en los transportes o la industria casera, se sabe que el último tercio de los comerciantes ambulantes, con cuatro hasta siete ferias visitadas, trabaja exclusivamente en el comercio. Aquí se observa determinados tipos de mercaderías en gran cantidad. Son ante todo, productos provenientes de la ciudad: la mayor oferta está en ropa y géneros, luego artículos domésticos, además productos alimenticios no perecibles como tallarines y arroz. Migraciones largas se observa entre los comerciantes con productos campestres, especialmente entre los cesteros y los alfareros. En el cartograma fig.5 se representa tres ciclos que llaman la atención. Se trata de una vendedora de velas de Cochabamba (interrogada en Quillacollo), un vendedor de ropa de Punata (interrogado en El Puente) y una vendedora de cebollas (de Arani).

4.

En lo siguiente trataremos de aclarar la pregunta, en qué medida es posible caracterizar las ferias investigadas a través de las señales de movilidad de sus comerciantes, o expresado en otra forma, si es posible establecer una diferenciación de las ferias, escogiendo como indicadores las maneras de reaccionar de los comerciantes ambulantes.

4.1

Para esto es un punto de partida adecuado la recién relatada frecuencia de los diferentes ciclos rotatorios con dos hasta siete ferias visitadas. Porque si examinamos separadamente la predilección de los comerciantes ambulantes por ciertas ferias, obtenemos tres tipos de curvas bien definidas (fig.6). Estas, según nuestro juicio, se han formado en primera línea por las diferentes distancias al centro principal Cochabamba y a las ferias vecinas más importantes.

- a) La primera distribución de frecuencia se caracteriza por el tope de dos ferias semanales. En Cliza, de los 72 comerciantes de este tipo, 64 mantienen contacto regular con la feria más grande de Valle Alto, con Punata. En El Puente, la feria junto a la carretera a Santa Cruz, también son decisivos los contactos recíprocos con Punata. Lo mismo vale para Arani. En los tres casos podemos afirmar que la fuerza de atracción de Punata ha generado este tipo de distribución para la frecuencia de las ferias visitadas.
- b) En el segundo tipo de curva, el tope está desplazado hacia el ciclo triple. Esto es de fácil explicación para Quillacollo y Sacaba, las dos ferias dominicales en el radio de influencia de Cochabamba. Aquí se observa que los comerciantes son en su mayoría también visitantes de las dos ferias principales en la cuenca de Cochabamba, las ferias de los miércoles y sábados en la capital departamental. La influencia de estas dos ferias principales también se percibe en Capinota, muy distante y que además sólo tiene muy pocos contactos.
- c) La frecuencia migratoria de los comerciantes interrogados en Punata y Vinto se caracteriza por una distribución de doble tope. Ambas ferias se encuentran en las cercanías de grandes ferias dominicales (Punata cerca de Cliza, Vinto cerca de Quillacollo). Además es muy fácil llegar a Punata como a Vinto por la carretera asfaltada. Las numerosas visitas a las ferias vecinas, con visitas simultáneas a Cochabamba, llevan en ambos casos a la distribución de doble tope.

4.2

La composición de los comerciantes según los grupos principales descritos inicialmente también muestra un cuadro diferenciado en los distintos lugares donde se realizan ferias (fig.7). Llama la atención la similitud de los valores de las tres grandes ferias provinciales con 8000 a 12.000 comerciantes. Si se abstiene - por los motivos ya mencionados - de la cuota extraordinaria de Capinota, entonces pareciera que en las ferias menores hasta con 3000 comerciantes, los "comerciantes de un solo día" juegan un papel más pequeño, es decir que, si la población rural de campesinos fluye sólo una vez por semana a una feria, entonces prefiere una feria

mayor, ya que allí la oferta de mercaderías es más surtida. En este caso parece ser, que el tamaño de la feria influye la estructura del grupo de comerciantes.

Pero el tamaño de una feria periódica, considerando el número de sus comerciantes, no corresponde en absoluto al número de habitantes del lugar de la feria. A menudo se sugiere esta relación en representaciones cartográficas de sistemas de mercados, probablemente porque en general faltan datos más precisos sobre los comerciantes (fig.8). Ahora bien, si formamos un cociente del número de comerciantes de fuera con la población residente, obtenemos un valor característico. Este valor nos proporciona una impresión de, si la feria solamente satisface las necesidades locales de la población del lugar - eso significa un valor bajo - o si además se ejercen funciones de comercio mayorista. Porque de ese modo se atrae un círculo más amplio de comerciantes de afuera, sean campesinos de los alrededores solamente o comerciantes profesionales con numerosas visitas de ferias en la semana. Eso conduce entonces a un valor alto. Por su cociente subido sobresalen Vinto, Punata y especialmente Cliza, que en días de feria casi triplica su población.

4.3

Este resultado induce a examinar de más cerca la especialización de la oferta de mercaderías (fig.9). La evaluación demostró, que justamente la feria de Cliza se caracteriza por un sinnúmero de productos especiales del campo (lana, pieles, artículos de alfarería, tejidos). Por esto también es considerada como feria típicamente indígena. Vinto registra con el 32% de un grupo de productos (verduras) el valor parcial más alto de la encuesta. Se trata de una feria junto a la línea férrea, desde donde se envía directamente la verdura a la zona de minas de la Cordillera. Punata se conoce por su feria de animales y cereales. En El Puente se observa una orientación casi unilateral hacia el comercio de ganado. La feria de Sacaba llama la atención por una gran variedad de productos que en proporción se ofrecen más allí que en las otras ferias. Porque a ella llegan los habitantes de Cochabamba los domingos para abastecerse con carne fresca, flo-

res y pan, lo que ha contribuido a crear el ambiente característico de esta feria.

4.4

En este contexto analizaremos más en detalle la procedencia de comerciantes y mercaderías. Con este propósito confrontaremos las dos ferias de más o menos igual dimensión de Quillacollo y Cliza (fig.10) Quillacollo, con cerca de 20.000 habitantes, puede casi considerarse como suburbio de Cochabamba; en Cliza, con 4000 habitantes, se desarrolla semanalmente la feria indígena ya descrita. Por eso naturalmente es mayor la afluencia de comerciantes de la ciudad a la feria de Quillacollo que a Cliza. Numerosos comerciantes de aquí adquieren sus mercaderías de las ferias de Cochabamba; eso lo indica la inmensa cantidad de productos de allí.

En Cliza también asombra la elevada cuota de mercaderías adquiridas en Cochabamba. Esto acentúa la importancia de la ciudad de Cochabamba como feria central y distribuidora ante todo también de mercaderías industriales extranjeras. Además llama la atención en Cliza que la oferta de mercancías compradas en otras ferias es considerablemente mayor de lo que podría esperarse por la reducida participación de comerciantes de la ciudad. En este caso, la explicación es la siguiente: hay numerosos habitantes de esta zona agrícola que también participan en la venta de productos no-agrícolas. En este caso ellos aprovechan p.ej. una visita a la feria del sábado en Cochabamba para adquirir algún producto y lo revenden el domingo en Cliza; y luego vuelven el día lunes al campo.

En la oferta de mercaderías, es muy variada la parte de los productos no comprados, de confección casera. En las cercanías de Cochabamba, estos artículos hechos en casa se ofrecen con menor frecuencia que en las ferias de provincia más distantes. Es normal que los valores oscilen, ya que además de la distancia a Cochabamba, otros factores juegan un papel adicional. Pero es conocida la tendencia general de que la participación de los comerciantes que ofrecen artículos de autoconfección aumenta a medida que crece la distancia a Cochabamba y eso en forma considerable: el margen alcanza desde el 21% hasta el 62%.

5.1

Para captar con mayor exactitud la intensidad de los contactos entre las ferias, es recomendable investigar las actividades comerciales de los comerciantes durante todos los días de la semana. Mientras que en el análisis de los ciclos migratorios solamente hemos anotado cuántas ferias visitaban los comerciantes semanalmente, en lo siguiente (fig.11) trabajaremos con sumas de cifras de cada día de semana para todos los comerciantes interrogados de una determinada feria. Eso significa aproximadamente para Quillacollo, que de las 294 personas encuestadas, 50 quedan en Quillacollo el lunes, 39 comerciantes se dirigen a la feria vecina de Vinto, 18 hacen negocios en Cochabamba y otros dos visitan la provincia.

Si observamos el quehacer de los comerciantes entrevistados en Quillacollo a través de toda la semana, los siguientes resultados, que ya hemos obtenido en otro contexto, resaltan a la vista:

- 1) Existe un gran número de "comerciantes sedentarios"
- 2) Existen estrechas relaciones comerciales con Cochabamba durante toda la semana.
- 3) Resaltan las ferias cochabambinas del miércoles, y en forma muy especial las del sábado.

En cambio es una novedad, el hecho que una gran parte de los comerciantes de la feria de Quillacollo aparecen los martes en Punata. En un futuro se definirá con ayuda de visitas a otras ferias la intensidad de los contactos entre varias ferias. Por el momento deseamos seguir de cerca las actividades de los comerciantes en otras localidades:

En la feria de Cliza existe una relación muy intensa con Punata. Como era de suponer también, son de importancia las ferias de Cochabamba y el mercado cercano de Tarata. En cuarto lugar aparece aquí un mercado que a causa de estos resultados, hemos incorporado a la investigación. Es El Puente, la feria de ganado en la carretera a Santa Cruz. Análogamente podemos apuntar características para Sacaba y Capinota.

Como las relaciones entre dos ferias siempre pueden ser observadas desde ambos lados, en resumen obtenemos en el análisis de las demás ferias una reproducción fiel de los resultados hasta ahora obtenidos (fig.12). Visto desde Punata,

Cliza sobrepasa las dos ferias de Cochabamba. Correspondiendo a las observaciones ya hechas, aquí también aparecen claramente Quillacollo y Vinto. También es muy notorio en Punata, la gran cantidad de gente que visita El Puente.

Llama la atención en Vinto (fig.13) la feria de hortalizas en la estación del ferrocarril, que además de los estrechos nexos existentes con Quillacollo, el total de comerciantes en el lugar mismo fluctúa bastante. Esta fluctuación se debe a los días que parten trenes de carga a la Cordillera. En El Puente, la feria a campo abierto, no es necesario hacer notar especialmente que no existen comerciantes sedentarios. En cambio se observa que el círculo de ferias en contacto aquí es especialmente grande. Además de las ferias recién mencionadas, éstas nos abren regiones totalmente nuevas. Porque los comerciantes de esta feria no sólo visitan varias ferias locales retiradas de la carretera principal, sino que también visitan diversas ferias de orden mediano a lo largo de la carretera a Sucre.

Basándonos en estas interacciones de los mercados, deseamos encontrar una medida que nos indique la intensidad de contactos entre diversas ferias. Para esto consideramos a los comerciantes ambulantes en cierto modo como intermediarios entre las ferias que surgen periódicamente (fig.14). Por lo tanto, con ayuda del porcentaje de comerciantes de una feria que además visitan otra, es nuestro propósito construir una escala de intensidad de tres niveles. Esta irá del 5% hasta más allá del 40%. Es muy posible que en la representación gráfica se observen ramas de relación de diversa intensidad entre dos ferias. Porque los 40 comerciantes en total que desde Punata visitan El Puente, por supuesto pesan menos porcentualmente que los 40 comerciantes en total que en El Puente hemos sondeado como comerciantes de Punata.

5.2

Basando en la intensidad de las relaciones de mercado, reconocemos ciertas series de ferias que se complementan mutuamente (fig.15). Deseamos entonces reunir los mercados que están conectados por ramas de relación "superiores al 40%", en series de ferias. Obtenemos en el Valle Bajo, en espacio

reducido, dos sistemas separados, los cuales se entrecruzan en Cochabamba. El sistema del Valle Alto se extiende desde Tarata hasta El Puente y con ello sobrepasa la región de la cuenca. Es posible reunir estos tres sistemas parciales en un sistema principal que está centrado en Cochabamba y cuyos contactos con estas ferias están entre el 21% y el 40%. Sistemas de ferias de menor envergadura se entrecruzan con este sistema principal en los sectores de El Puente y Arani. La comunicación con la vasta región de mercados de Totora y Aiquile se establece a través de El Puente. Aquí se encuentra la región de producción agrícola segunda en importancia, en la parte andina del departamento de Cochabamba. Además se aprecia en el mapa la penetración de dos ferias dominicales aisladas. Pareciera que pertenecen en escala pequeña a un área de influencia muy amplio de los mercados de Cochabamba.

5.3

El cuadro representado aquí no es de ninguna manera estático, sino que sufrió considerables alteraciones recientemente. Especialmente la construcción de la red de carreteras asfaltadas ha contribuido a un fuerte cambio en los dos últimos decenios. Algunas ferias han sido afectadas básicamente en su tamaño. Se constató p.ej. que el número de comerciantes de Arani bajó de 8000 a 600, después que el lugar de feria vecino, Punata, fue anexado a la carretera asfaltada. También nacieron ferias totalmente nuevas a lo largo de las carreteras construidas, como p.ej. El Puente. Por lo que se supone que la ampliación planeada de la red de carreteras asfaltadas tendrá como consecuencia la reestructuración de las relaciones de mercado.

La investigación relatada se efectuó en Septiembre-Octubre del año 1977, eso es una temporada que corresponde al tiempo posterior a la cosecha. A pesar que en las regiones de riego de la cuenca la producción es independiente del calendario, para la mayoría de los campesinos existe más bien una pausa laboral en este período. Esta es la razón por la cual justamente en esta época del año nos encontramos con una actividad de ferias especialmente intensa. Pero también es posible

que en este tiempo se altere considerablemente la actividad de la feria semanal, si en la cercanía se realiza justamente una feria anual. Porque también las ferias anuales se concentran en el período de la postcosecha y gran parte de los comerciantes de ferias semanales además participan en estas ferias anuales. Se llega entonces a una superposición de un sistema de mercado periódico-semanal (con lugares y días fijos) con un sistema periódico-anual, en el cual fecha y lugar son fijos, pero el día de la semana es variable.

6.

Los puntos de vista sobre el carácter del comercio ambulante en la región de Cochabamba expuestos aquí, naturalmente pueden reflejar sólo una fracción de la problemática general. Aún sería factible ennumerar muchos puntos de investigación, los que hasta ahora hemos tenido que descuidar:

- 1) ampliación regional de la investigación al sector Totora-Aiquile
- 2) combinación del material de la ciudad de Cochabamba¹⁵⁾ con los resultados obtenidos en la provincia
- 3) inclusión del grupo de compradores a la investigación

En general se hará difícil la investigación en aquel punto donde se inmiscuya al ámbito personal de las personas encuestadas. Es la razón por la cual será casi imposible averiguar datos referentes a la situación económica de los comerciantes. Todas las preguntas relacionadas con movimiento de ventas y ganancias de los comerciantes fracasarían por la desconfianza que existiría de la curiosidad administrativa. Es por lo que los análisis cuantitativos del tipo descrito tienen sus limitaciones.

NOTAS AL PIE

- 1) El autor es catedrático en el "Instituto Geográfico" de la Universidad Técnica de Aquisgrán (Templergraben 55, 5100 AACHEN, Alemania Federal)
- 2) También agradezco a la "Fundación Alemana para la Investigación Científica" (Bonn) que amablemente ayudó al financiamiento del viaje y estadía en Bolivia.
- 3) Fueron los señores Edgar ESPINOZA (supervisor), Marcelo ARAMAYO, Jorge CARRASCO, Nestor ESPINOZA y Adrián FLORES.
- 4) DEFFONTAINES, P.: "Routes et Foires à Bétail en Amerique Latine". Revue de Géographie Alpine, 1957, pp. 659-684
- 5) SCHWARZ, Gabriele: "Markt und Marktleben im französischen Baskenland". Jahrbuch der Geographischen Gesellschaft zu Hannover, 1956 und 1957, pp. 139-152
- 6) SYMANSKI, Richard: "Periodic Markets of Andean Colombia". Unpublished Ph.D. dissertation. Syrakuse University, New York, 1971, 167 pp.
SYMANSKI, Richard: "Market Development and the Ecological Complex". Professional Geographer, Vol. 26, No. 4, 1974, pp. 382-388
SYMANSKI, Richard and M.J. WEBBER: "Complex Periodic Market Cycles". Annals of the Association of American Geographer, Vol. 64, 1974, pp. 203-213
- 7) BROMLEY, R.J. : "Markets in the Developing Countries: A Review". Geography, Vol. 56, 1971, pp. 124-132
BROMLEY, R.J.y Richard SYMANSKI: "Marketplace Trade in Latin America". Latin American Research Review. Vol. 3, No. 9, 1974, pp. 3-38
BROMLEY, Rosemary D.F. and R.J. BROMLEY: "The Debate on Sunday Markets in Nineteenth-Century Ecuador". Lat. Amer. Stud., Vol. 7, No. 1, 1975, pp. 85-108

- 8) GOOD, Charles M.: "Periodic Markets: A Problem in Locational Analysis". Professional Geographer, Vol. 24, No. 3, 1972, pp. 210-216
GOOD, Charles M.: "Periodic Markets and Travelling Traders in Uganda". The Geographical Review, Vol. 65, 1975, pp. 49-72
- 9) GORMSEN, Erdmann (Editor): "Market Distribution Systems" Mainzer Geographische Studien, No. 10, 1976, 100 pp. con artículos de R. SYMANSKI, B. HARRIS, E. WIRTH et al.
- 10) GORMSEN, Erdmann: "Städte und Märkte in ihrer gegenseitigen Verflechtung und in ihren Umlandbeziehungen". El Proyecto México de la Fundación Alemana para la Investigación Científica. Vol. 1, Wiesbaden, 1968, pp. 180-193
GORMSEN, Erdmann: "Zur Ausbildung zentralörtlicher Systeme beim Übergang von der semiautarken zur arbeitsteiligen Gesellschaft". Erdkunde, Vol. 25, No. 2, 1971, pp. 108-118
GORMSEN, Erdmann: "Sistemas funcionales en el intercambio urbano-rural de la región de Puebla - Tlaxcala". Comunicaciones (Puebla), No. 7, 1973, pp. 147-150
- 11) BROMLEY, R.J.: "Periodic Markets, Daily Markets and Fairs: A Bibliography". Monash Publications in Geography, No. 10, Melbourne, 1974, 116 pp.
- 12) SMITH, Robert H. T. (Editor): "Internal Exchange Systems in Africa, Asia and Latin America. (Periodic Markets and Hawkers)". Melbourne, 1976
- 13) BUECHLER, Judith-Maria: "Peasant Marketing in the State of La Paz". Unpublished Ph. D. dissertation. Syracuse, 1972, 334 pp.
BUECHLER, Judith-Maria: "Los Negociantes-Contratistas en los Mercados Bolivianos". Estudios Andinos, Vol. 5, No.1, 1976, pp. 57-76
Especialmente interesante en estos trabajos es la agrupación de los negociantes-contratistas en 5 secuencias:

- A. Vendedores Locales
- B. Vendedores Migratorios
- C. Emigrantes que retornan
- D. Vendedores de Circuito
- E. Negociantes Tripartitas

Anótese también el detallado estudio de la Universidad del Estado de Michigan en el cual son analizadas las actividades mercantiles de la capital del país: Latin American Studies Center: "Market Processes in La Paz (Bolivia)". Research Report No. 3. Michigan (USA), 1969, 243 pp.

- 14) Compare p.ej. los siguientes libros sobre problemas generales de los Valles de Cochabamba:
- ALBO, Xavier: "Social Constraints on Cochabamba Quechuas". Cornell University. Latin American Studies Program. Dissertation Series No. 19, 1970
- BARNES DE MARSHALL, K. y J. TORRICO: "Cambios Socio-Económicos en el Valle Alto de Cochabamba desde 1952". Estudios Andinos, Vol. 4/2, No. 1, 1971, pp. 141-171
- DANDLER - HANHARDT, J.: "Local Group, Community and Nation. A Study of Changing Structure in Ucureña (Bolivia)". University of Wisconsin, MA, 1967
- GOINS, J. F.: "Huayculi. Los indios quichua del Valle de Cochabamba (Bolivia)". México, 1967, 242 pp.
- GUZMAN, Humberto: "La Realidad Social de Cochabamba". Cochabamba, 1972, 162 pp.
- PEINADO, Marcelo : "Land Reform in three Communities of Cochabamba (Bolivia)". Wisconsin University. Land Tenure Center. Research Paper 44, 1971, 100 pp.
- 15) H. Municipalidad de Cochabamba (Oficina de Planificación): "Flujo Físico para el Mercado Central y de Ferias". Cochabamba, 1977, 28 pp.
- Instituto de Estudios Sociales y Económicos (IESE) (Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba): "Mercado Central de Ferias". Cochabamba, 1975, 3 Vol.
- Jefatura de Mercados: "Detalle de número de puestos de diferentes especies de los distintos mercados de la ciudad". Cochabamba, 1973, 3 pp. (manuscrito)

KNAUDT, Gustavo y Gustavo URQUIDI: "Mercado central y de ferias para la Ciudad de Cochabamba". Cochabamba, 1970, 33 pp. (manuscrito)

Dirección del autor:

Dr. Wolfgang Schoop
Instituto Geográfico de la
Universidad Técnica de Aquisgrán
Templergraben 55,
5100 AACHEN,
Alemania Federal

FIGURAS

- Fig. 1 Tamaño y periodicidad de los mercados semanales Cochabambinos
- Fig. 2 Selección representativa de comerciantes en los mercados semanales de Cochabamba.
- Fig. 3 Grupos principales de comerciantes en las ferias de Cochabamba.
- Fig. 4 Frecuencia con que los 902 comerciantes ambulantes visitan los mercados semanales.
- Fig. 5 Rutas de algunas familias comerciantes en el área de Cochabamba.
- Fig. 6 Frecuencia de los diferentes ciclos rotatorios en los mercados semanales.
- Fig. 7 Composición de los comerciantes en los diferentes mercados por grupos principales.
- Fig. 8 Relación entre comerciantes, provenientes de otros lugares, y habitantes locales.
- Fig. 9 Especialización de la mercancía ofrecida.
- Fig.10 Procedencia de los comerciantes y sus mercancías.
- Fig.11 Actividad comercial de los interrogados en los cuatro mercados domingueros, para cada uno de los días de la semana.
- Fig.12 Actividad comercial de los encuestados en el mercado del martes, para cada uno de los días de la semana.
- Fig.13 Actividades comerciales en los demás mercados.
- Fig.14 Interdependencia de los mercados.
- Fig.15 Zonas con mercados periódicos complementarios.

FIG. 1:
TAMANO Y PERIODICIDAD DE LOS
MERCADOS SEMANALES
COCHABAMBINOS

TAMANO DE LOS MERCADOS

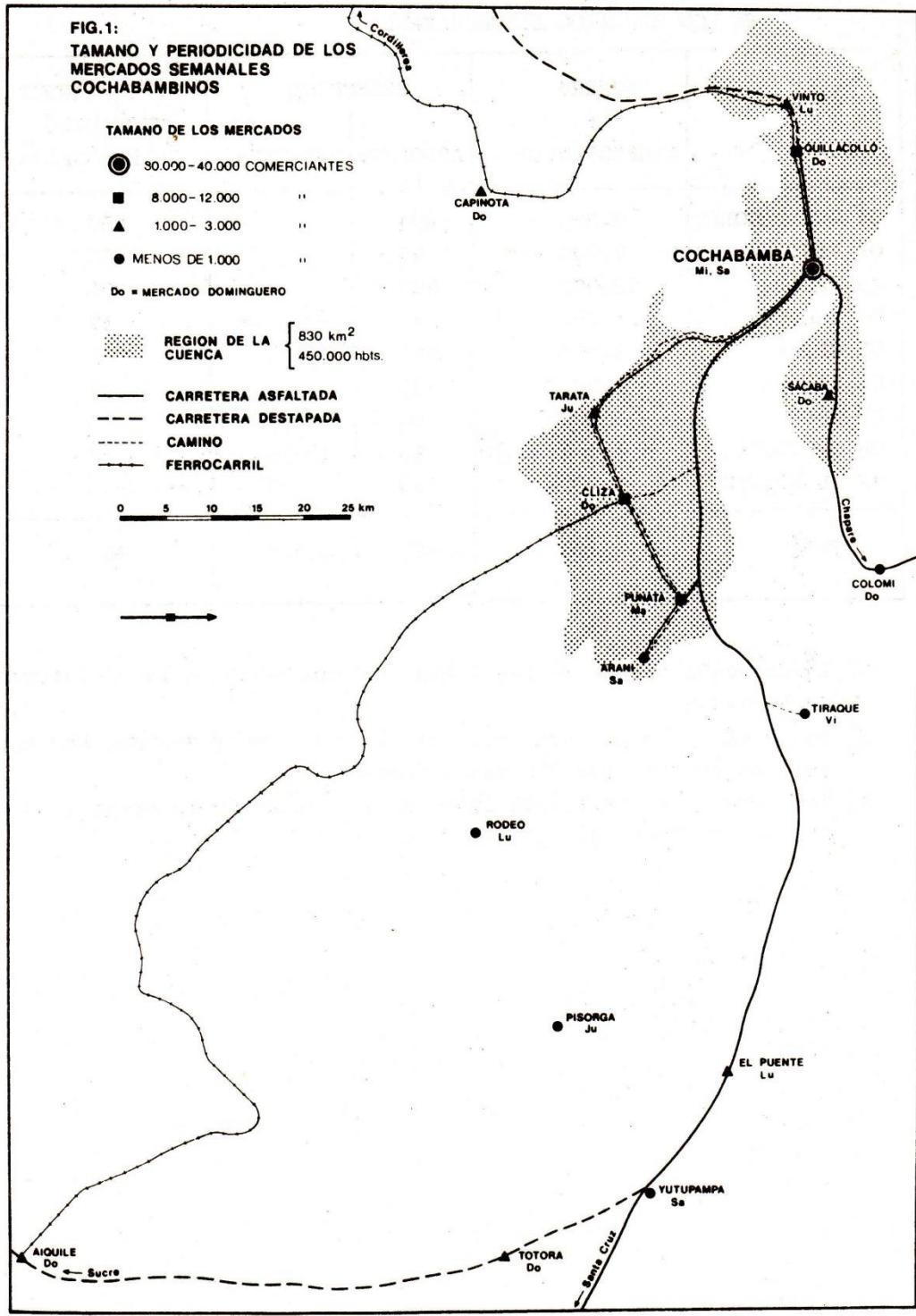
- 30.000 - 40.000 COMERCIANTES
- 8.000 - 12.000 "
- ▲ 1.000 - 3.000 "
- MENOS DE 1.000 "

Do = MERCADO DOMINGUERO

REGION DE LA CUENCA { 830 km²
450.000 hbts.

- CARRETERA ASFALTADA
- - - CARRETERA DESTAPADA
- · - · - CAMINO
- FERROCARRIL

0 5 10 15 20 25 km



**FIG. 2 : SELECCION REPRESENTATIVA DE COMERCIANTES
EN LOS MERCADOS DE COCHABAMBA**

MERCADO	NUMERO DE COMERCIANTES	SELECCION		COMERCIANTES AMBULANTES INTERROGADOS
		ABSOLUTA	RELATIVA	
01 QUILLACOLLO	8.800	294		150
02 VINTO	2.900	96		86
03 PUNATA	12.000	401		276
04 TARATA	1.250	42	3% - 4%	37
05 CLIZA	8.400	281		165
06 SACABA	3.000	113		55
07 ARANI	500	50	10%	34
08 CAPINOTA	3.500(200 ²)	92	(45%)	31
12 EL PUENTE ³)	1.750	100	6%	68
TOTAL	42.100	1.469	3,48%	902

- 1) Información tomada de las fichas de impuestos de las Jefaturas de Mercados
- 2) Valor alterado por una feria anual en un lugar vecino. Por esto solo se presentaron 200 comerciantes
- 3) Esta área mercantil está fuera de la región de la cuenca, unos 110 km en dirección a Santa Cruz

FIG. 3: GRUPOS PRINCIPALES DE COMERCIANTES EN LAS FERIAS DE COCHABAMBA

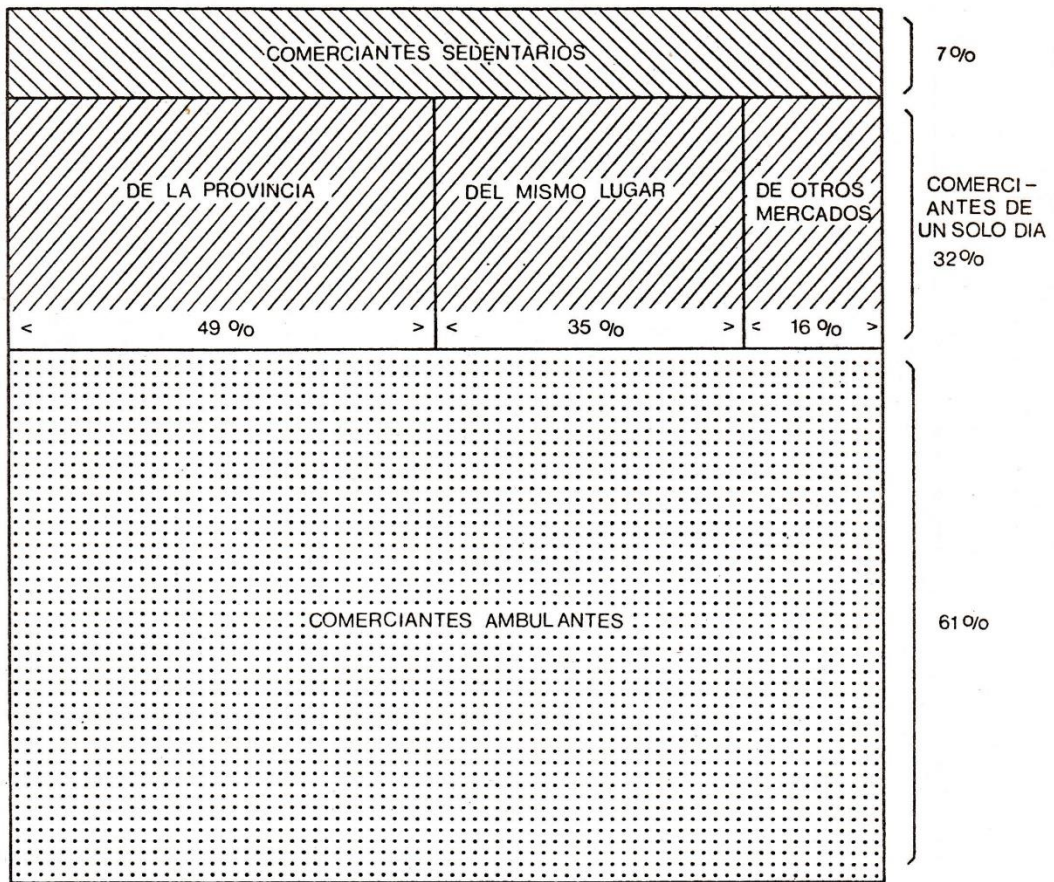
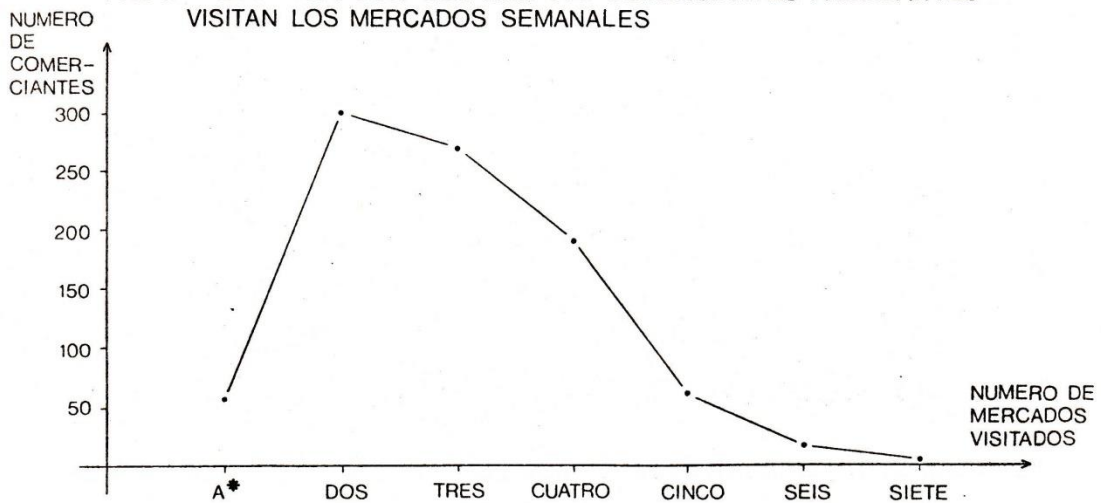


FIG. 4: FRECUENCIA CON QUE LOS 902 COMERCIANTES AMBULANTES VISITAN LOS MERCADOS SEMANALES



A* CONTACTOS CON OTRO PEQUEÑOS MERCADOS NO INCLUIDOS EN LA INVESTIGACION

FIG. 5: RUTAS DE ALGUNAS FAMILIAS COMERCIANTES EN EL AREA DE COCHABAMBA

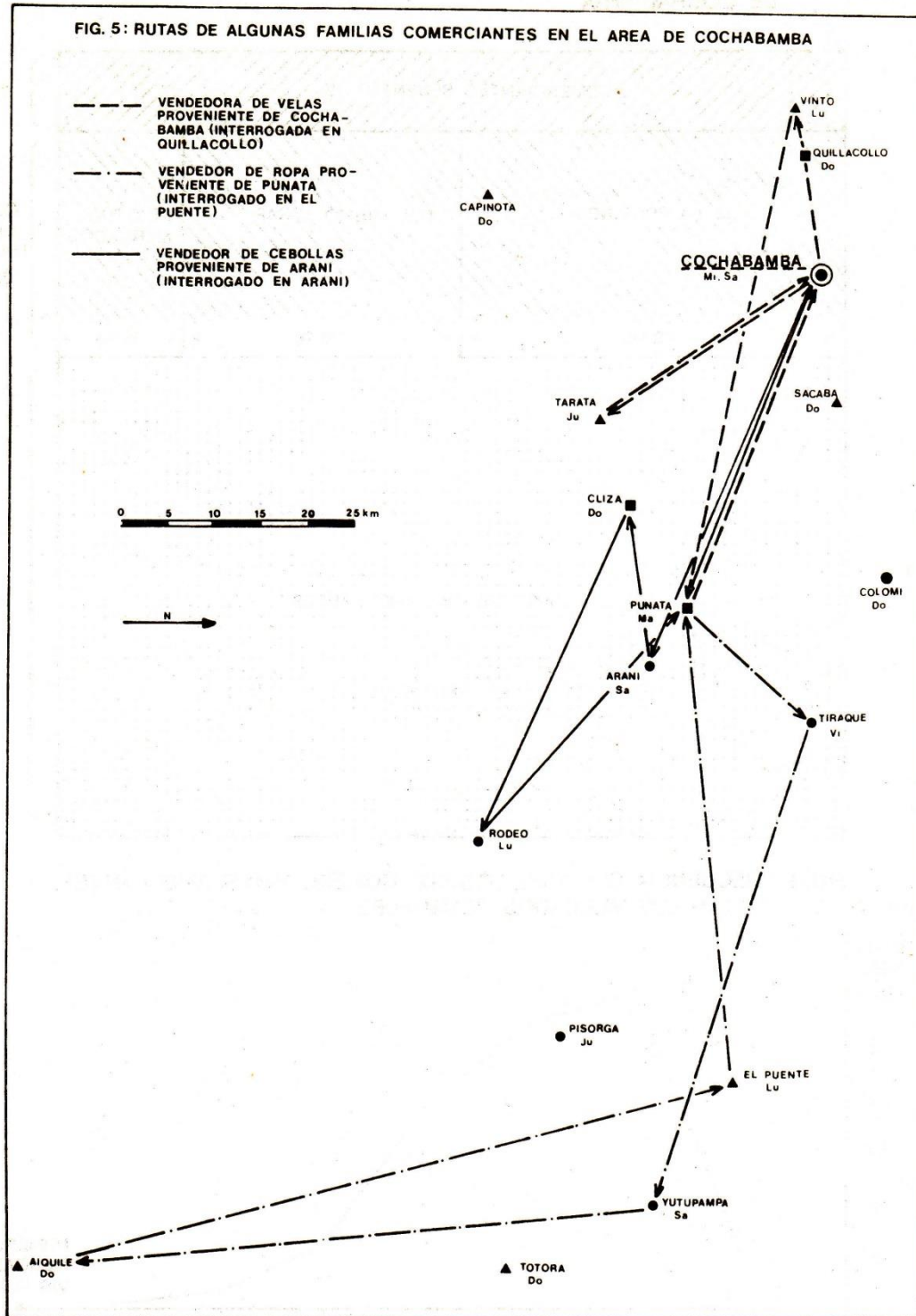


FIG 6. FRECUENCIA DE LOS DIFERENTES CICLOS ROTATORIOS EN LOS MERCADOS SEMANALES

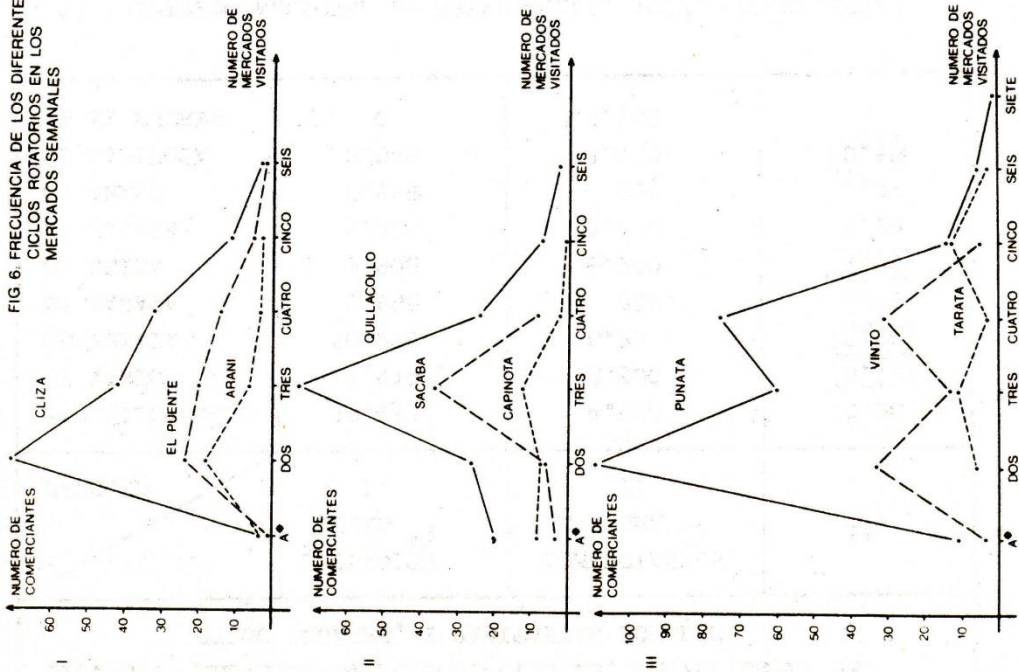


FIG 7. COMPOSICION DE LOS COMERCIANTES EN LOS DIFERENTES MERCADOS POR GRUPOS PRINCIPALES

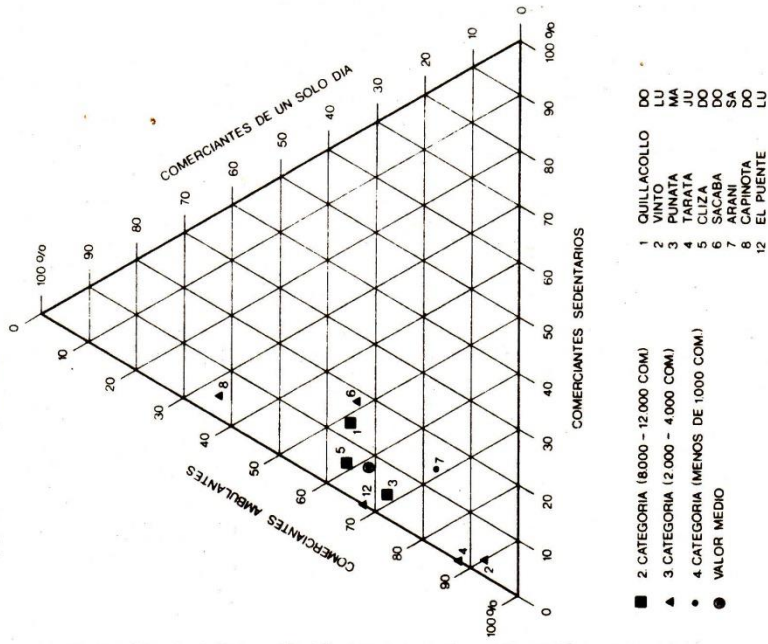


FIG. 8 : RELACION ENTRE COMERCIANTES, PROVENIENTES DE OTROS LUGARES, Y HABITANTES LOCALES

MERCADO	POPLACION LOCAL ¹⁾	COMERCIANTES DE FUERA ²⁾	II/I
	I	II	
01 QUILLACOLLO	19.433	4.970	0.26
02 VINTO	4.419	2.300	<u>0.52</u>
03 PUNATA	10.216	8.200	<u>0.80</u>
04 TARATA	2.698	890	0.33
05 CLIZA	3.908	6.760	<u>1.73</u>
06 SACABA	5.728	1.670	0.29
07 ARANI	2.883	260	0.09
08 CAPINOTA	2.646	1.450	<u>0.55</u>
12 EL PUENTE	0	1.750	-

1) INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, 1977, "COCHABAMBA"

2) UTILIZAND LAS FICHAS DE IMPUESTOS DE LAS JEFATURAS DE MERCADO Y LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

FIG. 9 : ESPECIALIZACION DE LA MERCANCIA OFRECIDA

LUGARES	GRUPOS DE PRODUCTOS (PORCENTAJE DE LA MERCANCIA OFRECIDA)
QUILLACOLLO	20 % CEREALES 12 % GANADO 9 % VERDURAS
VINTO	32 % VERDURAS 7 % COCA 7 % FRUTAS
PUNATA	22 % GANADO 13 % ROPA 12 % TUBERCULOS 10 % CEREALES (→CHICHA)
TARATA	8 % ARTICULOS PARA EL HOGAR 21 % VERDURAS 17 % ROPA
GLIZA	16 % LANA Y PIELES 13 % ARTICULOS PARA EL HOGAR (→ALFARERIA) 9 % TEJIDOS 9 % ROPA 8 % COCA
SACABA	12 % TUBERCULOS 12 % VERDURAS 11 % PAN 10 % FRUTAS 8 % FLORES 7 % CARNE FRESCA
ARANI	7 % COMIDAS Y BEBIDAS 22 % VERDURAS 14 % HUEVOS Y PRODUCTOS LACTEOS 14 % HARINA 10 % CEREALES
CAPINOTA	29 % ROPA 20 % VERDURAS 9 % COCA
EL PUENTE	30 % GANADO 14 % ROPA 12 % ARTICULOS PARA EL HOGAR

FIG. 10: PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES Y SUS MERCANCIAS

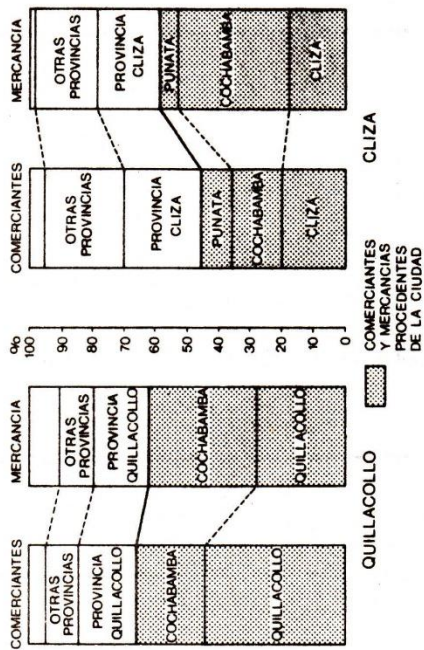


FIG. 11: ACTIVIDAD COMERCIAL DE LOS INTERROGADOS EN LOS CUATRO MERCADOS DOMINGUEROS, PARA CADA UNO DE LOS DIAS DE LA SEMANA

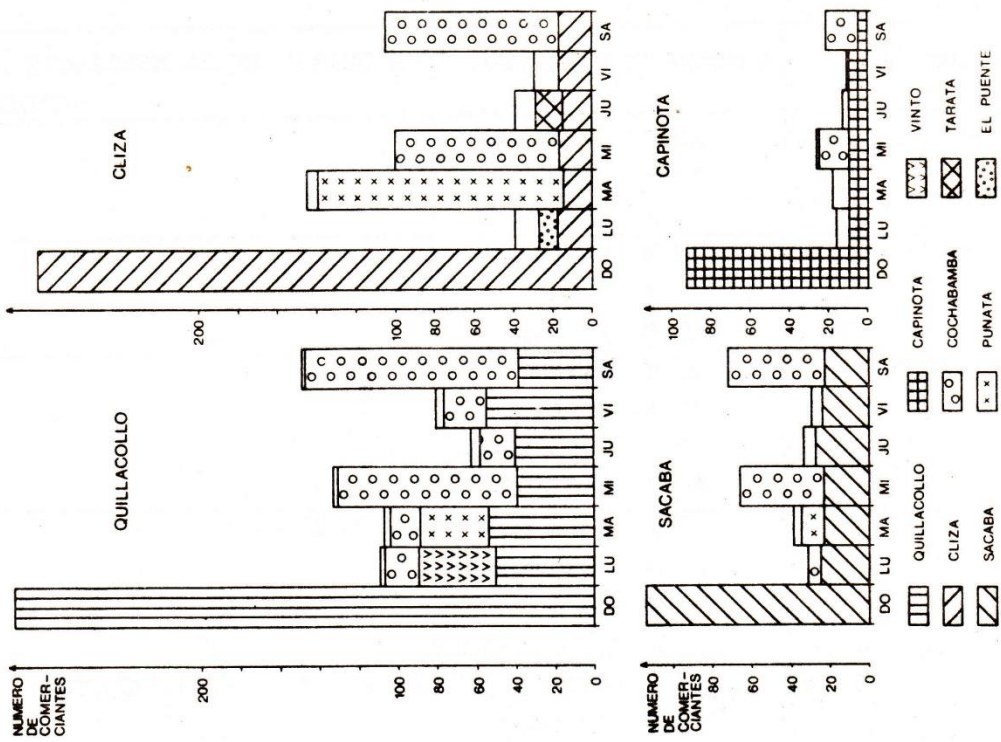


FIG. 14: INTERDEPENDENCIA DE LOS MERCADOS

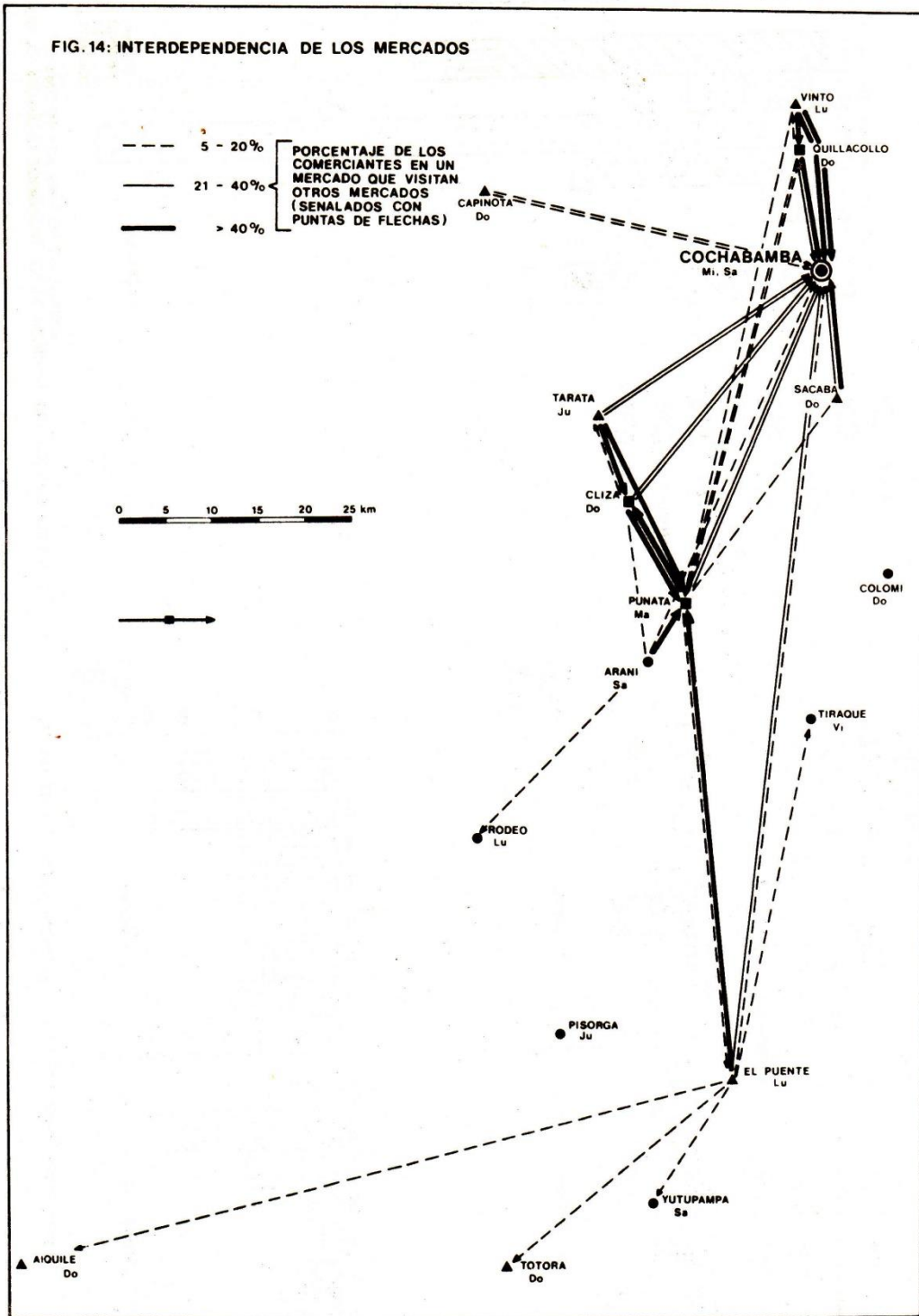


FIG. 15: ZONAS CON MERCADOS PERIODICOS COMPLEMENTARIOS

