

El desborde económico popular en Bolivia

Comerciantes aymaras en el mundo global

NICO TASSI / JUAN MANUEL ARBONA / GIOVANNA FERRUFINO / ANTONIO RODRÍGUEZ-CARMONA

Los comerciantes aymaras se han transformado, en las últimas décadas, en uno de los sectores económicos emergentes que están desplazando a las elites tradicionales en Bolivia. A través de los viajes a las grandes ferias chinas y de empresarios chinos a Bolivia, se han ido tejiendo amplias redes comerciales globales. Pero estas últimas se asientan, no obstante, en las propias prácticas económicas, sociales y festivas locales, que dan cuenta del denso mundo de economías familiares y redes de compadrazgos en los Andes.

Ramiro Yupanqui¹ viaja a China cuatro veces al año para importar productos electrónicos. Empezó su primer viaje en 1994, cuando China ya se perfilaba como potencia productiva global. Viajó sin tarjeta de crédito y con comida casera guardada en su equipaje. Su padre, originario del pueblo

Nico Tassi: doctor en Antropología por la Universidad de Londres e investigador sobre economías populares en La Paz.

Juan Manuel Arbona: doctor en Economía Política Urbana por la Universidad de Cornell, Nueva York, e investigador sobre espacios políticos locales en la ciudad de El Alto.

Giovanna Ferrufino: actualmente se encuentra finalizando su tesis de grado en Antropología sobre construcción identitaria de los campesinos colonizadores en Bolivia.

Antonio Rodríguez-Carmona: doctor en Economía Internacional y Desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid e investigador sobre industrias extractivas y derechos humanos en la región andina.

Palabras claves: economía popular, comercio transcultural, aymaras, Bolivia, China.

Nota: parte del material que se presenta en este artículo ha sido recogido en el marco del proyecto de investigación sobre actores económicos emergentes del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB): «Reconfiguración económica y social en la articulación urbano-rural de Bolivia: 1998-2010».

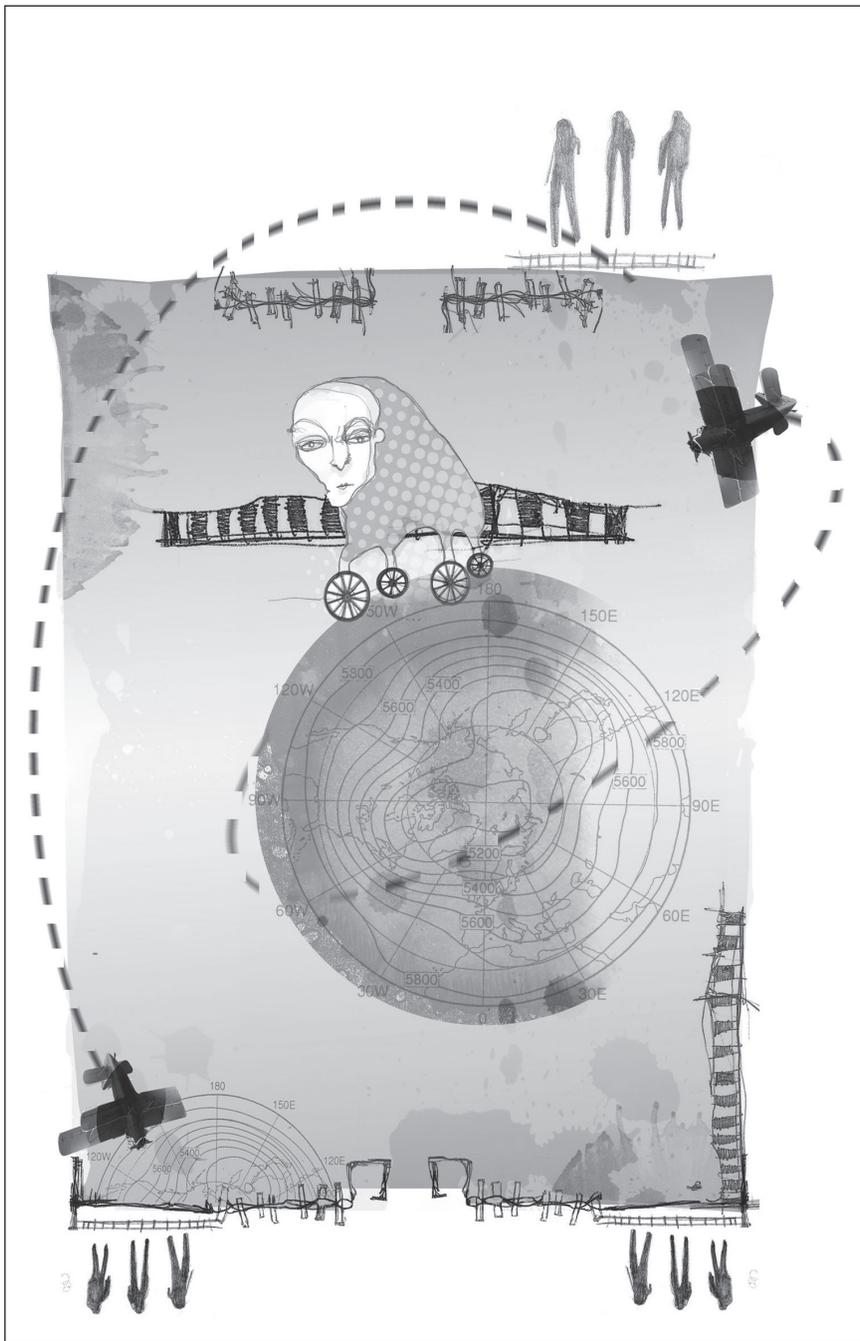
1. Por razones de privacidad, los nombres de algunos de los comerciantes han sido cambiados.

de Guaqui, a orillas del lago Titicaca, se quedó huérfano a los seis años en la época de la Revolución Nacional de 1952 y emigró a la ciudad de El Alto –colindante a La Paz– a buscarse la vida. Trabajó en una fábrica de confección de ropa y fue representante sindical. Hizo estudiar a sus hijos, aunque pronto se diera cuenta de que el comercio proporcionaba más beneficios que las promesas de progreso asociadas a una buena educación. Con todo, su hijo Ramiro concluyó el bachillerato y tiene dos tiendas: una en el mercado de la calle Huyustus, donde vende al por mayor a comerciantes bolivianos y del sur peruano, y otra de venta al por menor en la calle Eloy Salmón. «Ahora le hemos dado la vuelta», dice Yupanqui sin disimular su satisfacción. Sus palabras sintetizan tanto el éxito económico como el desafío de una nueva generación de comerciantes «cholos» a la hegemonía de las elites tradicionales².

La calle Eloy Salmón se fue constituyendo en una dinámica zona comercial tras la revolución del 52, fruto de las primeras olas migratorias del campo que siguieron a la reforma agraria y a la liberalización del comercio en los mercados urbanos. Los primeros comerciantes que la poblaron eran, en su mayor parte, ex-campesinos originarios de Taraco, comunidad lacustre fronteriza con Perú y ruta comercial de ingreso de los primeros productos electrónicos. Poco a poco, ellos desplazaron a los artesanos y pequeños comerciantes urbanos de la zona y transformaron sus humildes puestos de acera en sofisticadas tiendas de electrónica de consumo. El sistema interno de préstamos colectivos entre comerciantes (*pasanaku*) sirvió para facilitar la llegada de parientes del campo, también vinculados al transporte fronterizo de mercancías, y a la vez para consolidar su control de los espacios comerciales, al tiempo que se construía cierta institucionalidad en una zona urbana marginal y desatendida por el Estado, con vistas a transformarla en un reconocido polo comercial paceño. El *pasanaku* permitió también costear los primeros viajes comerciales a las zonas francas del puerto de Iquique, en Chile, y de Colón en Panamá.

Hoy en día, Eloy Salmón y Huyustus son nombres conocidos entre los revendedores de productos informáticos de Miami, así como entre los fabricantes chinos de Shanghái y Guangzhou. De hecho, constituyen palabras claves para entablar relaciones de confianza con los empresarios de la zona franca de Iquique, habituales proveedores de crédito y otras facilidades de pago para muchos comerciantes aymaras. Estos han convertido un país enclausurado como Bolivia en un sorprendente punto de apalancamiento del comercio regional, para lo cual no han dudado en expandir sus redes comerciales

2. Ramiro Yupanqui, entrevista con los autores, La Paz, 25 de julio de 2012.



ubicando a hijos y parientes en los principales puertos y centros productivos chinos. Pero, además, han logrado que los fabricantes asiáticos adapten el diseño de televisores y refrigeradores a los gustos y requerimientos del mercado regional.

En Bolivia, las prácticas económicas «informales» e indígenas permanecieron durante décadas invisibles a la mirada de la teoría económica y ajenas al interés de los investigadores³. Las instituciones dominantes –el Estado y las elites urbanas letradas– asociaron a los actores indígenas-populares con la informalidad, la falta de educación e higiene, la marginalidad social y el atraso civilizatorio, lo que contribuyó a invisibilizar aún más sus prácticas económicas⁴. A su vez, la exclusión de estos sectores de la economía formal, su discriminación y su limitada movilidad social retroalimentaron su rechazo a los procesos de integración vertical o a los códigos y hábitos de la burguesía dominante, lo que explica la búsqueda de formas deliberadamente distintas de manifestar el estatus y expresar el ascenso social⁵. En este sentido, el éxito económico de determinados sectores comerciantes populares (en La Paz, mayormente aymaras) ha sido tan relevante que ha desencadenado reestructuraciones socioeconómicas en los ámbitos urbano y rural. Y ha fortalecido las identidades étnicas, lazos y redes sociales, al mismo tiempo que intensificó y renovó las prácticas festivas y religiosas que sostienen la reproducción y expansión de las estructuras de poder local.

Este ensayo presenta un perfil preliminar de estos actores económicos populares y reflexiona sobre sus procesos de emergencia, concentrándose en el mundo comercial de origen aymara. A diferencia de gran parte de los estudios sobre globalización y economía transnacional que enfatizan el papel de los tratados

3. Esto ocurrió a pesar de una extensa literatura sobre el sector informal, desde el trabajo de Keith Hart («Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana» en *Journal of African Studies* vol. II N^o 1, 1973). La mayoría de estas investigaciones se enfoca en la definición y medición de informalidad (Basudeb Guha-Khasnobis, Ravi Kanbur y Elinor Ostrom [comps.]: *Linking the Formal and Informal Economy: Concepts and Policies*, Oxford University Press, Oxford, 2007), en cómo esta se conecta o no con procesos globales (Alejandro Portes, Manuel Castells y Lauren Benton [comps.]: *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1989), o en cómo deberían aprovecharse estas economías para el crecimiento económico (Hernando de Soto: *El misterio del capital. Por qué el capitalismo triunfa en Occidente y fracasa en el resto del mundo*, Sudamericana, Buenos Aires, 2002).

4. Robyn Eversole, Andrew McNeish y Alberto Cimadamore: *Indigenous Peoples and Poverty: An International Perspective*, Zed Books, Londres, 2005.

5. Rossana Barragán: «Entre polleras, ñañaikas y lliqllas: los mestizos y cholos en la conformación de la 'tercera república'» en Henríque Urbano (comp.): *Tradición y modernidad en los Andes*, Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas, Cusco, 1997; R. Barragán: *Espacio urbano y dinámica étnica: La Paz en el siglo XIX*, Hisbol, La Paz, 1990.

de libre comercio o los flujos de capital e inversión extranjera directa, pretendemos poner el foco en espacios alternativos que representan una dinámica de globalización en otros términos⁶: el «comercio hormiga», el contrabando reticular, la imitación de grandes marcas o la explotación de nichos de mercado en la penumbra de la globalización. En este sentido, los comerciantes populares aymaras despliegan estrategias en las que negocian en los intersticios de los procesos de la economía global desde su propia historia y sus propias formas de relacionamiento. Esto ha permitido el crecimiento de espacios económicos importantes en la economía nacional boliviana.

Todo esto no significa, en modo alguno, que los comerciantes populares pretendan desestabilizar el capitalismo global. En todo caso, lo que se pretende es pensar la globalización desde otros ángulos, a partir de las visiones y expectativas de estos sujetos. La «globalización desde abajo» está siendo construida por redes y dinámicas sociales que sobrepasan las instituciones y retan la supremacía de las elites tradicionales que históricamente definieron los ritmos de la economía nacional.

**Todo esto no significa,
en modo alguno, que
los comerciantes populares
pretendan desestabilizar
el capitalismo global.
Lo que se pretende es pensar
la globalización desde
otros ángulos, a partir de
las visiones y expectativas
de estos sujetos ■**

■ El desplazamiento del centro de gravedad

Las últimas dos décadas han sido testigos de una reconfiguración sin precedentes de las hegemonías geopolíticas y económicas a escala global. La formación de nuevas alianzas más flexibles y dinámicas, de carácter multipolar y alternativo a los ejes clásicos (Norte-Sur, Occidente-Oriente, Primer Mundo-Tercer Mundo) ha puesto en entredicho la antigua lógica de «bloques» económicos y sus esferas de influencia. Este fenómeno se ha traducido también en una crisis de las dinámicas de acumulación y reciclaje de las clases económicas tradicionales. Definido a partir de los avances tecnológicos en la producción, comunicación y transporte, el proceso de globalización ha abierto espacios para que nuevos sectores sociales, de mayor dinamismo y

6. Cf. Jane Mangan: *Trading Roles: Gender, Ethnicity and the Urban Economy in Colonial Potosi*, Duke University Press, Londres-Durham, 2006; Tristan Platt: *Estado boliviano y ayllu andino: tierra y tributo en el norte de Potosí*, IEP, Lima, 1982.

movilidad, busquen formas de participar en sus propios términos. La misma política económica china —«Go global»—, que aspiraba a la conquista de cuotas en mercados emergentes, ha reorientado el centro de gravedad de la economía mundial desde los mercados saturados de Estados Unidos y Europa hacia los países en desarrollo.

En Bolivia, el «proceso de cambio» impulsado por el gobierno de Evo Morales desde 2006 se ha asentado en una política de redistribución de la renta del gas y de fortalecimiento del Estado. Alentado por un contexto internacional favorable y la elevada cotización de los minerales y el barril de petróleo, el crecimiento de las exportaciones primarias (minerías y gasíferas) ha permitido aumentar los ingresos de las familias, ya sea mediante políticas de bonos sociales o por efectos de «derrame» en cadena del crecimiento económico. En los últimos años, el notable incremento de la liquidez bancaria parece haber estimulado el sector de la construcción y ha desencadenado un crecimiento vertiginoso de las importaciones de bienes de consumo y, por tanto, del número de actividades comerciales⁷.

Alimentada por el control de la inflación y la estabilidad del tipo de cambio, la bonanza económica ha coincidido con cambios estructurales internos de envergadura, como la ruptura del vínculo privilegiado entre Estado y elites tradicionales y la adopción de un nuevo tipo de estatismo económico. A diferencia de otras épocas, no se ha puesto en el centro de la política económica boliviana la «seguridad jurídica» para el capital transnacional. Ello se ha traducido en una desventaja comparativa para atraer inversión directa extranjera en relación con países vecinos (Perú o Brasil). Pero, en cambio, se ha creado un impresionante caldo de cultivo para la proliferación de negocios informales, más habituados a nadar en las aguas de las reglas ambiguas y las «seguridades jurídicas» cambiantes.

Moisés Flores, un emprendedor popular de la ciudad de El Alto, se dedica a la importación de camiones europeos de alto tonelaje y dirige una empresa de transporte. Pese al éxito económico que supone manejar un parque

7. Cf. R. Barragán: «Más allá de lo mestizo, más allá de lo aymara: organización y representaciones de clase y etnicidad en La Paz» en *América Latina Hoy* N^o 43, 2006; N. Tassi: *El otro lado del mercado: economías indígenas en la arena global*, ISEAT, La Paz, en preparación. De acuerdo con la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), entre diciembre de 2002 y febrero de 2012 la cartera de créditos aumentó de us\$ 2.666 millones a us\$ 6.725 millones. En el periodo entre 2005 y 2011, tanto el valor de las importaciones como el de las exportaciones casi se triplicaron. Las importaciones se han incrementado en 212% (de us\$ 2.285 millones a us\$ 7.134 millones), mientras que las exportaciones aumentaron en 218% (de us\$ 2.867 a us\$ 9.113 millones). Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

automotor de 150 camiones, sigue llevando la contabilidad de su empresa en pequeños cuadernos, uno por cada camión. En otros tiempos, el sector financiero formal no dirigía sus esfuerzos comerciales hacia personas como el señor Flores, debido a sus formas de contabilidad precarias, su procedencia indígena o el barrio donde viven (que sin duda no permite ver su riqueza). Pero ahora son sujetos de crédito. En los últimos años, algunas entidades financieras han caído en la cuenta de que este tipo de empresarios registra

los niveles más bajos de mora y se han acercado a ellos. Para trabajar con estos emprendedores emergentes, los bancos han tenido que reformular sus procedimientos y requisitos de concesión de préstamos, con el fin de adaptarlos a las necesidades específicas de un desbordante comercio popular e informal.

Pero no se trata solo de la banca. El mismo Estado se ha visto obligado en varias ocasiones a recurrir a los servicios de estos comerciantes populares y sus redes de distribución y aprovisionamiento. Unas semanas antes de las elecciones presidenciales de 2009, para las que se aprobó la organización de un nuevo padrón biométrico, la Corte Nacional Electoral estaba desesperada ante la falta de generadores de electricidad con los que reempadronar a los electores en las áreas rurales. En poco tiempo, las poderosas redes de los comerciantes aymaras, ligadas a los puestos fronterizos de aduana y a la zona franca de Iquique, lograron proveer al Estado de los anhelados generadores. Así, para realizar su función más básica –convocar elecciones–, el Estado se vio obligado a solicitar apoyo de estos sectores que, paradójicamente, sortean a diario la institucionalidad estatal.

Importadores como Ramiro Yupanqui, que viajan a la China desde hace casi 20 años, entienden palabras en mandarín e inglés y, sobre todo, conocen las formas y reglas locales para negociar e interactuar. Este «capital cultural» se ha revelado también estratégico para el cuerpo diplomático boliviano. El embajador boliviano en China, Fernando Rodríguez, fue asesorado durante su investidura en el país asiático por Justina Aguilar, una «señora de pollera» –el nombre hoy políticamente correcto para referirse a las cholos– originaria de la comunidad de Tiquina a orillas del lago Titicaca, que exporta lana de

En otros tiempos, el sector financiero formal no dirigía sus esfuerzos comerciales hacia personas como el señor Flores, debido a sus formas de contabilidad precarias, su procedencia indígena o el barrio donde viven. Pero ahora son sujetos de crédito ■

alpaca a China. Por medio de la señora Aguilar, el embajador tomó contacto con los círculos de las finanzas chinas y de sus representantes políticos⁸.

■ Una «nación metida dentro de otra» que rompió las costuras

Las formas de institucionalidad «desde abajo, por al lado y por encima del Estado»⁹, que habían coexistido de forma invisible o disimulada a lo largo de la historia boliviana, cobraron un vigor inusitado y empezaron a gozar de creciente legitimidad popular. En especial, entre los sectores indígenas de tierras altas (aymaras y quechuas), artífices de una institucionalidad «paralela», forjada en los intersticios del Estado y a espaldas de las debilitadas elites económicas, que perdieron interés en controlar administrativa y jurídicamente grandes espacios y rutas alejadas de los centros urbanos. Las narrativas convencionales proponían un proceso paulatino de integración, en términos subalternos, a los parámetros de la burguesía dominante¹⁰. Los gobiernos, por su parte, criminalizaron a estos grupos por sus vínculos con la informalidad y el contrabando. Pero también desplegaron varios intentos de incursión en sus espacios para aprovechar la creciente acumulación y capacidad de inversión de estos sectores, así como también el capital político de estos grupos populares en ascenso con capacidad de movilizar amplias redes sociales.

Sin embargo, esta suerte de «nación metida dentro de otra», de acuerdo con la definición del escritor peruano José María Arguedas¹¹, parece haber roto las costuras y los patrones económicos imperantes. Se ha apropiado, además, de espacios políticos y económicos tradicionalmente controlados por las clases medias criollas y los ha usado para reproducir y expandir sus propias estructuras organizativas y redes comerciales. No ha sido un camino de rosas. Estos actores populares han construido su pujanza económica a contracorriente del Estado y del control ejercido por los sectores criollos. El actual fenómeno de desborde se asienta en una doble estrategia político-económica. Por un lado, a través de prácticas de disimulo y protección –«estrategia del búnker»¹²– que implican la manipulación de sus propios códigos culturales con el fin de blindar sus espacios sociales y económicos a la incursión de agentes externos. Este modus operandi se combina, por otro lado, con prácticas de expansión y

8. Mario Molina, comerciante, comunicación personal, 23 de junio de 2012.

9. René Zavaleta: *Lo nacional-popular en Bolivia* [1986], Plural, La Paz, 2008.

10. Carlos Iván Degregori (comp.): *No hay país más diverso*, PUCP / UP / IEP, Lima, 2000.

11. *Todas las sangres* [1964], Peisa, Lima, 2001.

12. C.I. Degregori: «El estudio del otro: cambios en los análisis sobre etnicidad en el Perú» en Julio Cotler (comp.): *Perú 1964-1984: Economía, sociedad y política*, IEP, Lima, 1995.

conquista —«estrategia del caballo de Troya»¹³—, que los llevan a abandonar su «escondite» para presentarse de forma amenazante como alternativas reales de poder político y económico.

¿Cuál es el secreto de la fórmula aymara del éxito? En primer lugar, el control físico de los espacios comerciales locales por medio de lazos familiares. Y, al mismo tiempo, una asombrosa flexibilidad, basada en la alta diversificación, la movilidad geográfica y el uso de extensas redes de parentesco que se entrelazan con amplios contactos socioeconómicos. En lugar de buscar la especialización de funciones, la diversificación comercial aymara teje una trenza de rubros superpuestos y articula múltiples vínculos económicos, lo que permite reducir los riesgos comerciales y reorientar continuamente el comercio en momentos de crisis¹⁴. Es precisamente esta flexibilidad la que le permite mudar continuamente de rubro, proveedores o canal de comercialización y adaptarse a la globalización mejor que muchas empresas de la economía formal. No en vano estos comerciantes populares han incursionado en diferentes mercados, sin complejos, desde artefactos de tecnología avanzada en la frontera con Brasil hasta productos de alimentación para centros urbanos en la frontera con Argentina.

En lugar de buscar la especialización de funciones, la diversificación comercial aymara teje una trenza de rubros superpuestos y articula múltiples vínculos económicos ■

Mercedes Quispe vende autos usados los jueves y domingos en la feria 16 de Julio de El Alto. Los autos los importa de la zona franca de Iquique, donde los compra a revendedores paquistaníes. El resto de la semana vende teléfonos celulares al por mayor en pequeños pueblos en el norte y este de Bolivia. Los celulares se los proporciona su hermano, que importa una variedad de productos de China y que también tiene contratos con empresas formales para el aprovisionamiento de materiales, desde cables de alta tensión hasta uniformes e insumos para su tienda de muebles. Toda esta actividad comercial reticular genera una valiosa combinación de conocimientos sobre mercados locales y externos, localismo y cosmopolitismo, al tiempo que propicia que los linajes tradicional-familiares se transformen en vínculos socioeconómicos de más largo alcance.

13. Jürgen Golte y Norma Adams: *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima*, IEP, Lima, 1987.

14. Norman Long et al. (comps.): *The Commoditization Debate: Labour Process, Strategy and Social Networks*, Agricultural University, Wageningen, 1986.

■ Productores chinos, comerciantes aymaras

Cuando hace 20 años los comerciantes de la Huyustus y la Eloy Salmón empezaron a viajar a China se enfrentaron a enormes barreras de acceso. Los altos costos del flete naviero desde China (aproximadamente, us\$ 5.000) y del transporte por tierra desde los puertos chilenos hasta La Paz (alrededor de us\$ 2.000) requerían una cantidad suficiente de mercadería para llenar un contenedor y optimizar así los gastos. Los comerciantes populares apelaron a la tradicional receta andina de hacer «vaquita» para juntar esfuerzos, recursos y capitales. Y así empezó el periplo por las grandes ferias, primero a Guangzhou y, más tarde, a Yiwu. La segunda está especializada en la venta de mercancías para los mercados de los países en vías de desarrollo¹⁵, ajenos a los rígidos requisitos de producción de las multinacionales estadounidenses y europeas. Cuando los

Cuando los mercados desarrollados entraron en declive, la feria de Yiwu ya había consolidado su perfil como supermercado para los pequeños comerciantes de Oriente Medio, África y América Latina ■

mercados desarrollados entraron en declive, la feria de Yiwu ya había consolidado su perfil como supermercado para los pequeños comerciantes de Oriente Medio, África y América Latina.

Los comerciantes más intrépidos no tardaron mucho en aventurarse más allá de la gigantesca exposición ferial de Yiwu¹⁶ y empezaron a entablar relaciones comerciales con los fabricantes para ahorrarse así los costos del intermediario. Los comerciantes

bolivianos se relacionan directamente con los «consorcios familiares» chinos que tienen la flexibilidad para readaptar con rapidez el diseño de sus productos y producir para un mercado relativamente pequeño como el boliviano. Ahí reside la ventaja competitiva de estos consorcios: están listos para vender a cualquiera, con independencia de las cantidades demandadas, la religión o el pasaporte del comprador¹⁷. Los consorcios familiares se han mostrado, además, receptivos a modificar los productos a petición de los comerciantes bolivianos, con la expectativa de que la readaptación del diseño les permitirá multiplicar las ventas a otros comerciantes de la región y ampliar así sus mercados.

15. Ben Simpfendorfer: *The New Silk Road: How a Rising Arab World is Turning Away from the West and Rediscovering China*, Palgrave, Londres, 2011.

16. De acuerdo con la página web de una de las más grandes exportadoras de Yiwu, el mercado de esta ciudad tiene casi 58.000 proveedores, que venden unos 410.000 tipos de productos, y recibe 300.000 visitantes por día. Fuente: *Yiwuen.com*, <www.yiwuen.com/yiwu-market/yiwu-market-figures-and-facts>.

17. B. Simpfendorfer: ob. cit.

Dicho de otro modo, la oportunidad que los consorcios familiares ofrecen a los comerciantes populares es la posibilidad de comerciar imitaciones de grandes marcas –que en muchos casos ni siquiera disponen de representación comercial en Bolivia– a precios infinitamente inferiores al original. Además, los productores chinos garantizan al comprador la exclusividad de la producción e incluso le permiten establecer su propia marca. De este modo, las fábricas chinas han facilitado el acceso de ciertos estratos sociales de todo el mundo, históricamente postergados, al consumo de tecnología relativamente elevada sin necesidad de pagar los precios exclusivos de las empresas productoras autorizadas.

En general, estos productos chinos poseen una calidad inferior y una duración limitada, pero garantizan a los comerciantes populares la explotación de un nicho de mercado que no merece la atención de las grandes empresas, ya sea por el reducido tamaño del mercado, el déficit de infraestructuras de transporte o la inseguridad político-jurídica. Los comerciantes populares que abastecen la región amazónica fronteriza con Brasil, por ejemplo, importan productos electrónicos y ropa de China. Una vez que alcanza los puertos chilenos, la mercadería debe ser desagregada y repartida en cargas pequeñas antes de emprender un viaje de cinco días por caminos de tierra que no disponen de servicios básicos y carecen de la mínima presencia de las autoridades del Estado. En estas condiciones extremas, que hacen inviable la acción de grandes empresas formales, los comerciantes populares han logrado consolidar y expandir su control y radio de acción, en los intersticios de mercados más formales y desarrollados.

Las relaciones comerciales con China son generalmente bidireccionales. De un lado, representantes de empresas y fábricas chinas han empezado a viajar a Bolivia para entender mejor las dinámicas económicas locales, mejorar su producción y entablar relaciones con los comerciantes. Del otro lado, nudos comerciales como la Huyustus, la Eloy Salmón y especialmente la zona franca de Iquique se han convertido en polos atractivos para los pequeños inversionistas y comerciantes de ultramar que buscan alternativas a la asfixiante competencia local. Como regla general, los comerciantes aymaras han dificultado expresamente el acceso de empresas o actores foráneos a los espacios comerciales que ellos lograron ocupar. Sin embargo, han mostrado cierta apertura hacia los empresarios chinos por sus múltiples contribuciones al comercio y por estar en la base del éxito comercial aymara.

De forma notable, los inversionistas chinos presentes en el mercado de la Eloy Salmón y Huyustus han demostrado entender la lógica comercial local. Y no

tardaron en utilizar los canales semilegales de distribución y provisión, que se asientan en redes familiares reproducidas a partir de los eventos sociales de gremios y fraternidades religiosas. El momento estelar de este entramado socioeconómico es la fiesta del Señor del Gran Poder, que se realiza cada año en el mes de junio en la ciudad de La Paz.

Las elites bolivianas tradicionales identificaban a los países del «mundo desarrollado» como lugares de *shopping* y referentes de progreso¹⁸ y al Estado como mero instrumento para garantizar su dominio económico. Desde su marginalidad, los comerciantes populares han tendido, en cambio, a apropiarse de los espacios abandonados por las elites tradicionales¹⁹ para reconstituir formas de institucionalidad «paralelas» al Estado. De este modo, sus vínculos con actores y empresas extranjeras han sido funcionales a la consolidación de esta institucionalidad propia (sus redes y estructuras socioeconómicas internas), así como al control de los espacios comerciales. La relación con el «mundo desarrollado» se convierte así en una fuente importante de insumos y en una puerta para expandir el entramado comercial²⁰. En resumen, esta economía intersticial reconcilia, a menudo, vínculos económicos cosmopolitas con formas de organización y acumulación étnica y culturalmente específicas. Se articula así el comercio de mercaderías chinas, producidas a gran escala, con circuitos étnicos locales y dinámicas de intercambio arraigadas en fuertes lazos de parentesco.

■ Lo global popular y lo global invisible

Los aymaras son solo uno de tantos grupos que están mostrando la otra cara de la globalización, uno más entre los pequeños emprendedores girama de Kenya²¹, los comerciantes yemeníes de la tribu hadrami o las familias de importadores de la ciudad vieja de Damasco²². Estos actores simbolizan una nueva ola que recorre el mundo y que sigue produciendo incesantemente prácticas y estrategias propias de inserción en la economía global, y redefiniendo los equilibrios y dinámicas constitutivas de una globalización muy a menudo concebida de forma monolítica. Por razones distintas, pero sobre todo por su carácter tangencial a los bloques políticos y económicos tradicionales, se sigue subestimando su rol y alcance.

18. Carlos Toranzo: «Burguesía chola y mestizaje» en Diego Ayo (coord.): *Democracia boliviana: un modelo para desarmar*, Oxfam / FES-Ildis, La Paz, 2007.

19. Cf. Denise Arnold y Allison Spedding: *Ecología, municipio y territorio: discursos de cambio en el Altiplano y Yungas de La Paz*, Rimisp, La Paz, 2005, <www.rimisp.org/getdoc.php?docid=5423>.

20. C. Toranzo: ob. cit.

21. David Parkin: *Palms, Wine and Witnesses: Public Spirit and Private Gain in an African Farming Community*, Chandler, Nueva York, 1972.

22. B. Simpfendorfer: ob. cit.

En general, la dimensión más debatida de la globalización alude al rol de las multinacionales y las dinámicas de competitividad y reducción de costos, expresadas en los acuerdos de libre comercio, las cadenas globales de valor, los procesos de deslocalización industrial o la creación de polos de innovación, investigación y desarrollo. De ahí se deriva una visión de los actores económicos populares que enfatiza su asimilación vertical en los mercados globales, en algunos casos como potenciales beneficiarios y, en otros, como eventuales víctimas. Esta mirada convencional ha invisibilizado sus lógicas microeconómicas como sujetos con actoría propia.

La ideología económica dominante no permite echar luz sobre el funcionamiento y significado de las estrategias de los actores económicos populares, pese al fermento de sus prácticas. Subyace, en el fondo, el intento de conservar un sistema de explotación que sometió a los pueblos indígenas y sectores populares al papel de meros proveedores de materia prima o mano de obra barata. Y, de paso, la práctica discursiva que pretende reafirmar y proteger la primacía histórica de Occidente como vía de oportunidades de inserción gradual y lineal a los actores emergentes²³, desconociendo sus capacidades creativas, desafiantes y generadoras de bienestar, riqueza y cultura.

Ya en los años 80, el investigador peruano José Matos Mar²⁴ describió el proceso de desborde de los sectores populares en las barriadas de Lima. En un momento de particular debilidad del Estado –debido a las medidas de ajuste estructural y la profunda crisis de la economía nacional–, estos sectores desafiaron las fronteras y barreras de un oficialismo incapaz de contenerlos hasta insinuarse en los espacios tradicionales del poder político-económico. En Bolivia, el nuevo desborde popular se ha manifestado en el momento de mayor bonanza económica que quizás haya vivido el país en su historia. No se ha producido como fenómeno localizado de reacción a un mercado global capitalista excluyente, sino más bien en diálogo constante y directo con lo global, a partir de alianzas internacionales estratégicas. El proceso ha revelado también formas de apropiación de dinámicas ajenas y cosmopolitas para reproducir sistemas de poder y formas de organización locales, tangenciales a los bloques de poder establecidos. Los actores populares y locales se nutren de prácticas económicas vinculadas a una globalización que, a pesar de invisibilizarlos, se alimenta a su vez de ellos. ☐

23. Ver Jack Goody: *The Eurasian Miracle*, Polity Press, Cambridge, 2010.

24. *Desborde popular y crisis del Estado: El nuevo rostro del Perú en la década de 1980*, IEP, Lima, 1984.