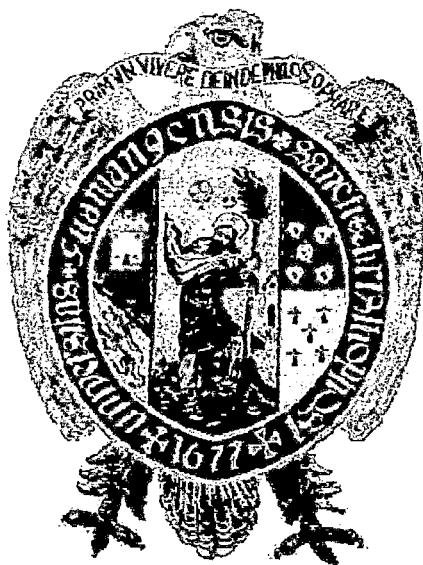


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL



TESIS

**TRANSACCIONES ECONÓMICAS Y GRUPOS SOCIALES
EN LA FERIA DEL BARRIO LAS AMÉRICAS – DISTRITO –
SAN JUAN BAUTISTA 2013**

PRESENTADA POR

Bach. Juan Antonio PIÑAS CLARIS

ASESOR

Antrop. René Marcial APAICO ALATA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ANTROLOGÍA
SOCIAL**

AYACUCHO – PERÚ

2015

lewis
An 171
Piñ
E.L

A mis padres Alfredo y Claudia, por haberme apoyado durante mi permanencia en el claustro universitario, especialmente a mi madre, por su bondad indescriptible.

A los profesores de la facultad de Ciencias Sociales, en especial de la E.F.P. de Antropología Social; por sus enseñanzas y motivación en el proceso de mi formación profesional.

ÍNDICE

Introducción	v
Planteamiento del problema	vii
Formulación del problema	vii
Justificación del problema	vii
Hipótesis	viii
Objetivos	viii
Métodos	ix
Técnicas	ix
Universo	ix
Muestra	ix
Marco teórico	x

CAPÍTULO I

1 ASPECTOS GENERALES DEL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA	22
1.1.Ubicación política	22
1.2.Reseña histórica	22
1.3.Ubicación geográfica	24
1.4.Características demográficas	25
1.5.Actividades económicas	26
1.6.Capital humano	27
1.7.La educación	30
1.8.Situación de la juventud sanjuanina	32
1.9.San Juan Bautista en el mapa de la pobreza nacional	34

CAPÍTULO II

2 TRANSACCIONES ECONÓMICAS EN LA FERIA DE SAN JUAN BAUTISTA	35
2.1.Antecedentes, creación y contexto actual de la feria	35
2.2.Construcción de la acción colectiva	38
2.3.Formas y maneras de comercialización	40
2.4.Flujo del movimiento económico	44
2.5.Oferta de productos	46
2.6.Predisposición a la inversión	52
2.7.Nuevas estrategias comerciales de “adaptación”	53
2.8.Mecanismos de protección	55

CAPÍTULO III

3 ORGANIZACIÓN, MANEJO Y ESPACIOS SOCIALES	57
3.1.Estructura organizacional	57
3.2.Trayectoria individual y colectiva	61
3.3.Itinerarios que construyen los clientes	63
3.4.Escenario de relaciones sociales	66
3.5.Valores y normas culturales en la feria	68
3.6.Espacio de encuentro social	70
3.7.Ventajas comparativas de la feria	71
3.8.Consolidación de la feria	71
CONCLUSIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	76

INTRODUCCIÓN

Esta tesis denominada “Transacciones económicas y grupos sociales en la feria del barrio las Américas – distrito San Juan Bautista 2013” es una investigación centra en los aspectos económico y social de la feria del barrio Las Américas; en el primer caso, se trata de un estudio de las transacciones comerciales de productos industriales (nuevos) en gran volumen y productos usados en menor volumen; en el segundo caso, los vendedores están organizados, con la finalidad de defender derechos de los comerciantes y facilitar el normal desarrollo de la actividad comercial. Muchos de los grupos sociales de los comerciantes afrontan su situación económica precaria de la familia con esta actividad. Esta feria hoy en día se encuentra bajo un control tributario a través del cobro del SISA (Sistema Impositivo al Servicio Ambulatorio) que se efectúan domingo a domingo por la Municipalidad distrital de San Juan Bautista.

De por sí, estas concentraciones constituyen un atractivo económico por la diversidad en la oferta de los productos al alcance de los compradores que acuden cada domingo; es así que en las circunstancias actuales de crisis permite una masiva concurrencia. Esto amerita interpretar este nuevo escenario económico que utiliza nuevas modalidades producto de la expansión urbana y aumento poblacional. El trabajo que se pone a disposición consta de cuatro (04) capítulos; en el primer capítulo se considera lo referente al planteamiento, formulación y justificación del problema; la hipótesis, los objetivos, métodos y técnicas, el universo, la muestra y el marco teórico. En el segundo, se trata los aspectos generales del Distrito de San Juan Bautista como son: su ubicación

política, la reseña histórica, ubicación geográfica, las características demográficas, las actividades económicas, el capital humano, la educación, la situación actual de los jóvenes y el distrito como tal dentro del mapa de pobreza. En el tercer capítulo se trata la temática de las transacciones económicas dentro de la feria de San Juan Bautista; sus antecedentes, creación y el contexto actual de la feria, la construcción de la acción colectiva, las formas y maneras de comercialización que tienen los comerciantes, el flujo del movimiento económico, la oferta de los productos, la predisposición que tienen a la inversión, las estrategias comerciales de adaptación que utilizan y sus mecanismos de protección. En el cuarto capítulo se tiene los temas de la organización, el manejo y espacios sociales tales como: la estructura organizacional, la trayectoria individual y colectiva que manejan, los valores y normas culturales que cumplen dentro de la feria, el espacio de encuentro social, las ventajas comparativas de la feria, así como la consolidación de la feria.

Además, este trabajo hubiera sido imposible sin el apoyo de los comerciantes informales quienes con sus respuestas a las diversas interrogantes brindaron sus tiempos y paciencia para atender a las conversaciones dentro del marco de los propósitos de la investigación. No puedo dejar de mencionar a mi alma máter la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, a la E.F.P. de Antropología Social y a sus docentes por sus enseñanzas que quedaron grabados en mi formación profesional.

Planteamiento del problema

El problema estructural de la pobreza del país y en particular de la Región de Ayacucho; fue y es una preocupación permanente de las autoridades locales, regionales y nacionales. El contexto político de la década del 80 y la falta de políticas adecuadas en términos económicos y sociales de los gobiernos de turno; son factores que ha generado, el poco desarrollo de las capacidades humanas y el escaso aprovechamiento de recursos naturales existentes en nuestra Región.

La necesidad económica y la falta de oportunidades laborales, de un sector de la población de Ayacucho, han creado como fuente de ingreso económico “La feria dominical en las Américas del distrito de San Juan Bautista”; desde épocas antiguas hasta la actualidad. Por otro lado, esta actividad económica tiene una organización social interna, que posibilita gestionar algunos beneficios para este grupo y lograr algunas reivindicaciones sociales.

Formulación del problema

- ¿Cómo surge la feria dominical en el barrio las Américas?
- ¿Por qué se organizan los comerciantes informales en la feria las Américas?
- ¿Cómo impacta en la economía familiar de los comerciantes esta actividad?
- ¿Cómo diseñan las estrategias comerciales para la venta de sus productos?
- ¿Cómo establecen sus redes sociales dentro de una economía de mercado informal?

Justificación del problema

El estudio de la situación socio-económica de los comerciantes de la feria de San Juan Bautista, permitirá conocer las condiciones adversas que afrontan estas familias y ante ello cómo crean estrategias dentro de un comercio informal practicadas en dicha feria donde establecen mecanismos de comercialización con productos nuevos y usados para un público demandante; en este escenario; esta agrupación de comerciantes se organizan en asociaciones reconociendo las

jerarquías y valores en relación al desenvolvimiento social; además, se cohesionan de manera formal porque todos pertenecen a una sola asociación que rige las normas dentro de la feria y mantienen sus propias expectativas y metas.

Hipótesis

Las transacciones económicas que se desarrolla en la feria informal en el barrio de las Américas del distrito de San Juan Bautista; es una actividad comercial donde se vende y se compra productos industriales nuevos - usados y productos comestibles industriales y de la zona; con la cual estos comerciantes tratan de solventar sus necesidades de su familia. Además; la organización social con que cuentan tiene la función de organizar, supervisar las actividades comerciales y sirven de intermediario entre las autoridades municipales del distrito y los comerciantes.

Objetivos

Objetivo General

- Estudiar y analizar cómo los sectores sociales desocupados se organizan en una asociación e impulsan la realización de la feria dominical en el barrio las Américas para generar sus puestos de trabajo e ingreso económico para su familia.

Objetivos específicos

- Explicar las estrategias de organización económica y social para la formación de esta actividad comercial.
- Analizar los impactos económicos y sociales que generan esta feria dominical en su ingreso familiar.
- Conocer los factores que permiten la continuidad de esta actividad económica.

Métodos de investigación

Los métodos utilizados en la presente investigación son: la observación participante y no participante. El etnográfico, que nos permitió registrar datos socio-económicos. El analítico, que nos permitió analizar datos obtenidos en la investigación.

Las técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas son: entrevistas estructuradas y no estructuradas. Sistema de fichaje, historia de vida, fotografías etc.

Universo y muestra

Los feriantes cuentan con una organización denominado “Asociación de vendedores informales de la ferial dominical (ASOFEDON)”. Esta organización registra 969 feriantes empadronados en su libro de actas. Para la presente investigación se determinó trabajar con 120 feriantes de esta asociación, que equivale a un 12% del total del universo.

Marco teórico

La antropología económica estudia los procesos de producción, distribución e intercambio y consumo de bienes y servicios en una sociedad” (Sánchez 1993: 209). En los años 20, Malinowski analiza el intercambio económico de Vaygua (objetos o símbolos de riqueza) y de artículos materiales a través del anillo Kula en las islas Trobiand subrayando el contexto social de la actividad económica. Malinowski concluía que el hombre primitivo no se guiaba por el propio interés ya que la producción, el intercambio y el consumo estaban organizados y regulados por un código, reglas y costumbres sociales. En los años 30 y 40 se publican los trabajos de Thurnwald, Firth, Goodfellow y Herkovits, quienes impulsan la teoría económica en el ámbito de la antropología. Thurnwald estudia los procesos económicos en su libro *Economics in Primitive Communities* (1932). Por su parte, Firth analiza el sistema económico de Tikopia en *Primitive Polynesian Economy* (1939). Goodfellow examina la organización económica de los Bantúes en *Principles of Economic Sociology* (1939). Asimismo Herkovits publica *The Economic Life of Primitive Peoples* (1940). Estos tres autores intentan aplicar la teoría neoclásica a los sistemas económicos primitivos, utilizando el principio de maximización del actor racional. Este principio presupone que la gente toma decisiones entre distintas opciones de un modo racional. La economía estudia, pues, la asignación de recursos escasos a fines alternativos. Dicho presupuesto se aplica tanto a las sociedades occidentales como a los primitivos. Este grupo de antropólogos subraya también que el sistema económico está condicionado y subordinado a las normas sociales y valores morales. En los años 50 el historiador económico Karl Polanyi desarrolla el concepto sustantivo de economía en contraposición al significado forma. Este autor publica *The Great Transformation* (1944) y coedita con Arensberg y Pearson el libro *Comercio y mercado en los imperios antiguos* (1976). Polanyi define la economía, en un sentido sustantivo, como el proceso de aprovisionamiento o satisfacción material de la sociedad. El enfoque sustantivo considera que la subsistencia del hombre depende del intercambio institucionalizado con la naturaleza y sus semejantes. La economía no implica, pues, elección ni insuficiencia de medios. Polanyi se opone a los

planteamientos formalistas, argumentando que éstos no tienen validez universal sino que solo se aplican a las sociedades occidentales, orientando hacia el mercado. El sustantivismo sostiene que el sistema económico es un proceso institucionalizado, no un conjunto de decisiones y acciones de índole económico. Para Polanyi, la economía humana está incrustada en instituciones no económicas como la religión, el parentesco y el gobierno. Con el desarrollo del mercado en el siglo XIX, la economía se separa de la sociedad y del sistema político, convirtiéndose en un campo autónomo, regido por sus propias leyes. Polanyi consideraba obsoleto el sistema de mercado.

En los años 60, se produce en las revistas antropológicas una fuerte polémica entre los partidarios de sustantivistas y formalistas. Dalton, Bohannan y Sahlins defienden los planteamientos sustantivistas frente a los formalistas. Por ejemplo, Dalton afirma que los postulados de escasez y cálculo economizador no tienen validez universal. Por su parte, los formalistas se oponen a los argumentos sustantivistas. El significado formal de economía deriva de la relación lógica entre medios y fines, como se pone de manifiesto en las palabras “economizar” y “económico”. Estos términos aluden a una situación de asignación de recursos escasos a fines alternativos o de elección entre distintas metas.

En este contexto, Cook critica la ideología romántica y la mentalidad antimercado de los sustantivistas quienes subrayan el altruismo y la solidaridad de los pueblos primitivos a la vez que infravaloran el conflicto y el interés individual. También se contraponen el método inductivo y no matemático del sustantivismo al método deductivo y matemático del formalismo. En línea con este planteamiento, Burling y Le Clair sostienen que la maximización y el cálculo racional basado en la opción son principios válidos para todos los pueblos.

En los años 60 desaparece la controversia entre sustantivistas y formalistas ya que sus argumentos eran demasiados teóricos y estaban desconectados de los datos concretos de campo. Se suavizan las posiciones excluyentes y enfrentadas entre ambas teorías hasta el punto de que algunos autores como Kaplan hablan de un “sustantivismo formal” o de un “formalismo sustantivo”.

En los años 60 y 70 se desarrolla en Francia una antropología económica marxista que intenta incorporar el materialismo histórico a la antropología. En esta corriente se integran antropólogos con matices diversos como C. Meillassoux, M. Godelier, P. Rey, E. Terray y Croquery-Vidrovitch. Estos autores utilizan profusamente los conceptos de modo de producción y formación social. El modo de producción se define por la articulación de los niveles económico, político e ideológico. La formación social y económica comprende los distintos modos de producción articulados entre sí y presentes en una sociedad, aunque domine uno de ellos. Se habla de modo de producción doméstico, de linaje, capitalista etc.

Esta articulación pone de relieve la persistencia simultánea de diversos modos de producción pre capitalista en sociedades capitalistas. Este sería el caso del modo de producción doméstico. La familia adquiere así un relevante papel, en las sociedades capitalistas, en la producción y reproducción de la fuerza de trabajo. Estos autores analizan la historia y evolución del capitalismo, la transformación de las formaciones sociales, la imposición de regímenes coloniales, la estratificación en clases sociales, el conflicto etc. (Roseberry, 1988).

En los años 70 y 80 se elaboran modelos de toma de decisiones que rechazan la homogeneidad grupal subyacente en los conceptos de estructura social, configuración o estereotipos culturales. Asumen que los individuos no se someten pasivamente a los roles y normas del sistema social. Los individuos, unidades domésticas o sectores que integran la sociedad desarrollan a veces respuestas divergentes y contrapuestas, centradas en el propio interés. En consecuencia, se analiza la estructura y el sistema social como resultado de las decisiones e interacciones de los actores sociales.

Estos modelos insisten en que los actores hacen elecciones entre metas alternativas. Sin embargo, estas decisiones no son ilimitadas sino que están condicionadas por variables ambientales y factores económicos, sociales, políticos e ideológicos de índole local, regional, nacional y mundial. Estos factores constituyen el sistema de incentivos y contricciones externas que favorecen o restringen el número y la gama de estrategias de acción.

Estos enfoques son procesuales y dinámicos ya que analizan la actividad económica como un proceso que tiene lugar en el tiempo. Los modelos de toma de decisiones pueden ser microeconómicos y cognitivos (Sánchez Fernández, 1986).

Los primeros asumen que el hombre trata de maximizar la utilidad o satisfacción. Examinan el comportamiento óptimo o más racional en función de la relación entre beneficiarios y costos para obtener el mayor rendimiento de cualquier factor de producción (maximización); otras veces se recurre a la cantidad más pequeña de algún factor para la consecución de un resultado (minimización).

La producción desempeña un papel fundamental en el sistema económico, integrando el campo económico con su entorno ecológico.

La producción consiste en la actividad por la que los miembros de una sociedad se apropian de los recursos naturales y los transforman en bienes para satisfacer las necesidades humanas (Cook, 1973). Godelier (1974) considera la producción como la totalidad de operaciones que proporcionan a una sociedad sus medios materiales de existencia. La actividad productiva requiere la combinación de ciertas reglas conocimientos técnicos, recursos o materias primas, tecnología o capital y trabajo para obtener un artículo. Estos son los factores de producción que se combinan de diferente manera en cada sociedad sus medios materiales de existencia. La combinación de estos factores tiene lugar en la unidad de producción.

Desde el punto de vista de la antropología marxista, la producción de los medios de subsistencia, de producción y la reproducción de los seres humanos son un factor clave en la evolución histórica de las sociedades. El concepto de modo de producción se define a nivel económico por la combinación de las fuerzas de producción y las relaciones sociales de producción. Estas últimas determinan el modo de apropiación y distribución social de los factores de producción. Estas relaciones sociales de producción constituyen el proceso social de reproducción.

Por otra parte, la instancia económica condiciona o determina en últimos términos el papel de la superestructura ideológica y política.

Los antropólogos marxistas subrayan que en el proceso de producción se genera la plusvalía, derivada de la diferencia entre el valor total creado por el uso de la fuerza de trabajo y el salario o valor equivalente al costo de reproducción de la misma.

Por contraposición, los modelos de microeconómicos (Schncider, 1974) dividen la actividad económica en dos sectores: la unidad de consumo (familia o individuo) que consume los artículos producidos a la vez que aporta los factores de producción (tierra, trabajo y capital) y la unidad de producción que utilizan los factores anteriores para producir los artículos de consumo. Los modelos microeconómicos asumen que las unidades de consumo tratan de maximizar la utilidad o satisfacción en tanto la unidad de producción maximiza el beneficio o diferencia entre los ingresos totales y el costo total. Estos modelos analizan entonces la demanda y oferta de los artículos y los factores de producción en función del precio y la cantidad (curvas de oferta y de demanda). En consecuencia, estos modelos recurren, minimizando los costos.

Hoy en día, los planteamientos económicos de los antropólogos se enmarcan en dos posiciones contrapuestas. De un lado, un grupo de investigadores adopta una perspectiva macrosocial o institucional en el estudio de los fenómenos económicos. Este es el caso de los antropólogos de orientación sustantiva y marxista. Sus análisis se centran en la historia y estructura de una formación social total o de la sociedad global, su estratificación social, el modo de producción, etc. Estos estudios examinan el aspecto institucional de la sociedad, en interrelación a veces con procesos socioeconómicos de ámbito nacional y mundial. Como apunta Godelier (1974), dichas investigaciones se basan en la racionalidad no intencional del sistema entero.

Por contraposición, otros enfoques subrayan la variabilidad y diversidad intrasociales. Los antropólogos de esta orientación emprenden un análisis microsocial, centrado en la actividad real de los actores. Por ejemplo, los modelos procesuales y de toma de decisiones exploran, desde una perspectiva local, la diversidad de comportamientos, estrategias, expectativas y decisiones de los actores que integran un grupo social. Se puede afirmar que estos modelos acentúan, como dice Godelier, la racionalidad intencional de los actores individuales, quienes usan los medios apropiados para conseguir sus objetivos.

De tal manera, tratar el presente tema desde una concepción sociológica, consiste en explicar los fenómenos sociales para ordenar los conocimientos en relación al tema de estudio y clarificar el enfoque para tener un rumbo teórico dentro del cambio social que es una transformación observable y verificable en periodos más breves y espacios más localizables social y geográficamente.

En ese sentido se considera la actividad humana como un hecho social haciendo referencia a las actividades esenciales o a las características de las personas individuales las que surgen en el curso de la interacción social. La tendencia a vivir integrado en grupos sociales ocasionando una interrelación vivencial y comunicacional mediante la socialización que no es sino la etapa de desempeños por el cual los nuevos miembros de una sociedad se familiarizan con los elementos de su cultura.

Dentro de esta construcción teórica, tomamos como referente a Augusto Comte, denominado padre de la Sociología, su aporte es su análisis del movimiento continuo de las sociedades su evolución y desarrollo entendido como cambio social, planteamiento que difiere de la concepción marxista que plantea a la sociedad como la producción material de la existencia, es decir la forma en que los hombres producen los bienes que necesitan para subsistir. Hoy en día el marxismo considera que el cambio social puede alcanzarse de manera gradual por la vía de modificaciones sucesivas y no solo mediante un movimiento de ruptura como la revolución.

La reflexión sociológica sobre el cambio social se remonta a finales del siglo XVIII en Europa en la Ilustración, corriente del pensamiento que inspiró la Revolución Francesa y reivindicaba la idea del derecho al progreso.

Analizar la sociedad desde la perspectiva del progreso implica por un lado la idea de que esta se movía siempre a estadios superiores de convivencia y felicidad humana, en ese sentido, la búsqueda del bienestar era el modelo a imitar.

A nuestro entender, el cambio social es la alteración apreciable de las estructuras sociales; en ella se encuentran la interacción social, los patrones de acción, las reglas de comportamiento, los valores y símbolos culturales.

De este enunciado surge la interrogante ¿Cuál es el sujeto de cambio? La historia, la sociedad, los sistemas sociales, las instituciones, los grupos, las relaciones, los individuos. Quizás para dar una respuesta diríamos que cambio social es toda transformación observada en el tiempo que afecta a la estructura o al funcionamiento de la organización de una colectividad establecida.

Comprender el cambio social exige prescindir de generalidades y abstracciones; de acuerdo a la sociología actual y del cambio social que se plantea, podemos hacer una interpretación.

1. El cambio en qué circunstancias ocurre y cómo actúan en las transformaciones sociales.
2. Como estos cambios liberan a los miembros de la sociedad de las viejas pautas de comportamiento sustituyendo los antiguos status y modelos por otros nuevos.
3. Hasta qué punto puede decirse que el cambio es necesario.

Poco a poco fue quedando atrás la idea de que los cambios sociales dependían de la voluntad divina, el destino o las fuerzas de la naturaleza; es decir de agentes

“externos” para dar paso a la búsqueda de explicaciones mediante la intervención del hombre.

En ese sentido a mediados del siglo XIX todavía se concebía las formas de producción y relaciones sociales capitalistas bajo el dogma del progreso. Este sistema económico se oponía a la idea de los destinos inevitables fuera del alcance de la acción del hombre al colocar al intercambio de mercancías como el motor de las sociedades.

Ante ello Karl Marx consideraba que los procesos de producción se hacían cada vez más organizados socialmente y más cooperativos que antes, señalando que la propiedad de los medios de producción se concentraban cada vez más en manos de una pequeña clase relativamente elitista.

Mientras que para Max Weber a su juicio las ideas, creencias y no precisamente sus medios materiales de producción jugaban un papel importante en la producción del cambio social, por tanto que el término de “progreso” era una idea subjetiva.

En tal sentido, identifica diferentes factores para el cambio social a lo que denominó racionalización donde las elecciones de la vida no están predeterminadas sino que se realizan después de un cálculo cuidadoso de costos y de utilidades.

Para Weber el tema subyacente de toda modernidad, de todo el cambio social es la racionalización y con la modernización la racionalización está extendiéndose más allá de los límites de las sociedades occidentales.

Por su parte, Émile Durkheim sobre el cambio social centra su concepto de solidaridad social; la forma en la cual las personas se relacionan estrechamente dentro de la sociedad introduce el término de solidaridad social como el pegante que une a las personas que son diferentes entre sí pero que necesitan encontrar una forma de vivir juntas en las complejas sociedades modernas. Durkheim

estaba convencido que las condiciones de la vida moderna realmente unían a las personas más estrechamente bajo una solidaridad orgánica.

Esta idea de progreso se extendió en el siglo XX aunque con otras formulas como de la modernización.

Para la sociología en la actualidad, teniendo en cuenta que los cambios que se suceden en las sociedades dentro de un espacio y tiempo influyen en su orientación como en su alcance, en su ritmo y su impacto; no se puede ser ajeno a la globalización. La informática lejos de haber reducido la brecha entre los países pobres y subdesarrollados y las grandes potencias industrializadas ha ahondado el abismo entre unos y otros.

Dentro de este escenario consideramos que los cambios sociales se suscitan dentro de una crisis manifiesta en una ruptura de equilibrio entre los grupos sociales, la sociedad global y su entorno; esta ruptura se traduce en la incapacidad para prolongar por más tiempo un tipo de comportamiento así como la aparición de nuevos actores sociales como los nuevos roles protagónicos de la mujeres.

Entonces diríamos al margen de las teorías que los cambios son necesarios es más tienen que ser entendidos dentro de los procesos sociales donde varían los roles, status y funciones; en esta interacción social los cambios son numerosos y frecuentes producidos por factores estructurales y culturales.

Por lo tanto diríamos que existen varias causas para el cambio social pudiendo ser endógenos y exógenos

Precisando la concepción teórica en relación al cambio social dentro de la modernización, señalamos en este caso a una actividad ferial dentro de un proceso globalizante.

Iniciamos así por visualizar como se entiende a esta actividad, para el cual extraemos;

“El comercio ambulatorio es apropiado para quienes por la condición precaria de sus trabajos no pueden hacer previsiones razonables acerca de su presupuesto mensual. Dos situaciones de incertidumbre contribuyen aquí, la del vendedor de una de las zonas más pobres de la ciudad y la de sus clientes que también están expuestos a las vicisitudes de una economía de subsistencia”. (Grompone, 1985: 30).

Señala a dos sectores sociales que están inmersos en esta actividad. Un sector de vendedores ambulantes y otro sector de compradores y clientes, ambos se encuentran en la misma situación de precariedad y necesidades y como respuesta tienen que insertarse en la venta ambulatoria bajo diferentes formas y situaciones diversas.

Para el mismo análisis en materia de informalidad otro autor señala lo siguiente.

“Que la informalidad, los pueblos jóvenes, la pequeña industria y en general muchas actividades desarrolladas ilegalmente por los peruanos solo presentan pobreza y marginalidad, que la cultura que anima al llamado Perú profundo es incompatible con el espíritu empresarial y los sistemas económicos de los países más adelantados del mundo, que las cosas malas que suceden en América Latina no son mayormente culpa nuestra, sino casi siempre el resultado de alguna imposición externa (Hernando de Soto 1987: 31, 32)

Según este planteamiento, la informalidad en el Perú presenta causales de diferentes modalidades una de ellas es el comercio informal que se ha venido dando de acuerdo al crecimiento poblacional y en respuesta frente a las múltiples necesidades y expectativas en materia económica social inestables.

“A medida que la ciudad fue llenándose de gente y que su espacio urbano se fue informatizando, otras actividades económicas comenzaron a sufrir una evolución

equivalente. Una de ellas fue el comercio que empezó a ser realizado masivamente al margen y hasta en contra de las normas estatales nominalmente encargadas de regular. Surgió así el comercio informal que en lo esencial se desarrolla en las calles bajo la denominación de comercio ambulatorio y en mercados contruidos específicamente para salir de las mismas” (Diario. El Comercio .2009.05).

Dentro de este análisis del problema que afrontan estos comerciantes de la feria San Juan, son el crecimiento de la población hacia la ciudad urbana en donde se establecen generando demandas de vivienda, servicios básicos, beneficios sociales en salud, educación, etc.

La ausencia en oportunidades de trabajo entre otros factores ponen un énfasis también en el hecho social de la migración del campo a la ciudad por múltiples razones los cuales han dado paso al enorme crecimiento del comercio informal en el Perú; por ello, el presente estudio con referencia a los comerciantes de la feria de San Juan Bautista, específicamente en el barrio de las Américas, se caracteriza porque se ha configurado de una manera que viene desde abajo por demanda de los sectores desocupados en cuyo interior se realiza el expendio de diferentes tipos de productos, ya sean estos nuevos o usados; esta feria se inicia al desarrollarse en la plazoleta del distrito de San Juan Bautista, donde al inicio se tenía la presencia de los feriantes que realizaban la venta de ganado vacuno, fue en estas circunstancias que estos comerciantes se insertan paulatinamente a esta actividad y de allí en adelante desarrollan su actividad comercial.

Los antecedentes de esta feria, según afirma Hernando de Soto, quien resume en sus conclusiones que “En el Perú existe una cantidad de recursos humanos productivos la cual necesita ser afianzada con el cambio de estructura del país, la democratización del derecho, el abandono de los prejuicios que menosprecian a los informales y hacen creer que debido a condiciones raciales o culturales nuestro pueblo es distinto y no está en capacidad de aprovechar las libertades y los sistemas de los países de economía de mercado”. También el autor afirma

que “La única forma de que el Perú salga de la crisis es que solo solucione la deuda externa y la inflación a través de un crecimiento económico que no aumente el déficit en la balanza de pagos; finalmente el verdadero remedio contra la violencia y la pobreza es reconocer la propiedad y el trabajo a quienes la formalidad los excluye”.

“En el contexto distrital de vendedores y clientes de barrios pobres, el comercio informal desarrolla un capital social muy particular que como señalamos líneas arriba tiene un perfil de racionalidad más expresiva que instrumental. No obstante, la expresividad aparece como una forma de instrumentalidad. Ambas se relacionan y complementan sin la necesidad de conflictuales abiertamente pero involucrando ciertas debilidades que provocan el cierre usando el término de Coleman a otras posibilidades de optimización de estos recursos sociales (Aliaga Lissette, 2001: 14).

Todo el balance teórico y las propuestas sobre el tema por parte de los autores se asemejan en el sentido de que el problema del comercio informal es un problema económico, político y social; debemos de reconocer que cualquier estudio en este caso de la informalidad con implicancias económicas y sociales dentro del cambio social, amerita comprender el entorno global así como el surgimiento de nuevos patrones de conducta y nuevas posibilidades o alternativas de convivencia e interacción social mediante redes de soporte.

De esta manera las nuevas ideas y valores pueden ser absorbidas rápidamente por este grupo social cuyos valores tradicionales y formas de hacer las cosas chocan con las nuevas ideas y prácticas, es ahí donde interviene el cambio social como la alteración de los patrones de comportamiento.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA

1.1. Ubicación Política

Departamento : Ayacucho
Provincia : Huamanga
Distrito : San Juan Bautista

1.2. Reseña Histórica

El Distrito de San Juan Bautista, fue creado y reconocido por Ley N° 13415 del 07 de abril de 1960, por la pujanza y gestiones sucesivas de sus pobladores.

Presenta una densidad poblacional actual total de 38,457 habitantes dentro de la jurisdicción (FUENTE. INEI, 2007).

Este distrito antes del año 1960 fue uno de los barrios tradicionales más antiguos donde se desarrollaban diversas actividades, como peletería, curtiembres, carnicería; administrativamente dependían del consejo provincial de Huamanga; en tal sentido su desarrollo era lento y muchas veces postergado, por cuanto la atención del Municipio huamanguino no satisfacía

sus verdaderas necesidades; a ello se agrega el crecimiento vegetativo poblacional y las demandas se hacían mucho mayores, como empleos laborales, dotación de servicios básicos, ampliación de calles y veredas, construcción de locales educativos y centros de salud y muchas otras necesidades. Frente a ello, el espíritu progresista del pueblo de San Juan Bautista y de manera especial los insignes vecinos notables como el Monseñor Teófilo López Chávez, Don Mauro Zárate, Don Víctor Tapahuasco, Don Darío Gómez, Don Epifanio Chávez, Don Oswaldo Quispe, Don Honorato Gonzales, y muchos otros, se preocuparon en la necesidad de conformar el Comité de Gestión pro distritalización.

Es así que se sucedieron los siguientes hechos:

- El 12 de mayo del año 1958, en la asamblea general del pueblo se conformó el comité de progreso del Barrio de San Juan Bautista, con la finalidad de realizar gestiones ante el Gobierno Central.
- El 18 de mayo, elevan el memorial al Despacho del Diputado por Ayacucho, Dr. Alfredo Parra Carreño, solicitando la creación política del Distrito de San Juan Bautista.
- El 09 de agosto, la Cámara de Diputados prepara el Proyecto para la distritalización.
- El 23 de febrero de 1960, la Cámara de Diputados remite el Proyecto de Ley a la Cámara de Senadores para su respectiva revisión.
- El 27 de febrero, el Congreso de la República remite la Ley de Creación del distrito para su promulgación.
- El 07 de abril de 1960, el Presidente de la República, Don Manuel Prado Ugarteche, promulgó la Ley N° 13415, elevando el Barrio de San Juan Bautista a la categoría de Distrito.

(Fuente. Archivos del Municipio de San Juan Bautista.)

1.3. Ubicación geográfica

El distrito de San Juan Bautista se encuentra localizado en la sierra central del Perú al Sur Este de la ciudad de Ayacucho, en la provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho a una altitud promedio de 2800 msnm y a 13° 10' 06" latitud Sur y 14° 13'14" longitud Oeste.

El distrito posee una extensión territorial de 18.71 km², representando el 0,627% del territorio total de la provincia de Huamanga.

El distrito ostenta la categoría de ciudad y fue creado por Ley N° 13415 del 07 de abril de 1960. (Fuente. Archivo del Municipio)

1.3.1. Límites

La delimitación Distrital está dada por el puente Prado (Puente Nuevo de San Juan Bautista), carretera a Cusco hasta el cementerio general, Avenida Arenales, Puente de Huatatas (Ccacha Molino) y quebrada de Huatatas hasta Kuchomolino (restos arqueológicos de la cultura Warpa), cerro de Acuchimay, calle Lluchallucha, puente de la Alameda, río de Alameda hasta el puente nuevo. Teniendo los siguientes límites:

- Por el Este con el distrito de Tambillo
- Por el Oeste con el distrito Ayacucho.
- Por el Norte con los distrito de Jesús Nazareno y Mariscal Cáceres.
- Por el Sur con los distritos de Carmen Alto y Chiara.

1.4. Características demográficas

El Distrito de San Juan Bautista, de acuerdo a las proyecciones poblacionales realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, en base al Censo Nacional 2007. XI de Población y VI de Vivienda, cuenta con una población de 38,457 habitantes.

Según el cuadro N° 01 se observa el 10,25% está representada por la población infantil, las mismas que son referentes para que el gobierno local tome estrategias en la mejora de la calidad de los servicios básicos como es educación, salud, vivienda y trabajo.

CUADRO N° 01
POBLACIÓN ETARIA DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA - 2007

Grupos de edad	Población	%
Total	38, 457	100
< 3 años	2274	5,91
3-4	1669	4,34
5-9	4433	11,53
10-19	9741	25,33
20-49	16310	42,41
50-64	2572	6,69
≥ 65 años	1458	3,79
Varones	18684	48,58
Mujeres	19773	51,42

FUENTE: INEI – Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

Presenta una población relativamente joven de 20 a 49 años, constituye el 42.41% en tal sentido, este segmento constituye el soporte de la población en este distrito, seguido de un 25% en niños y adolescentes comprendidos de 10 a 19 años. Por tanto las necesidades y demandas, estarán de acuerdo a

1.5. Actividades económicas

1.5.1. Curtiembre

Era una de las actividades económicas peculiares del distrito; Tenería era el barrio exclusivo dedicado a la curtiembre, principalmente en la elaboración de badana y suela ayacuchana, en este barrio existían alrededor de 80 familias dedicadas a la curtiembre artesanal, a partir de este lugar se fue expandiendo esa actividad hacia lugares aledaños, con el transcurso de los años los pobladores se han dedicado a otras actividades por el desplazamiento de una tecnología moderna perjudicando a esta producción de tipo familiar.

1.5.2. Carnicería

Es una de las actividades tradicionales y de mayor arraigo en el barrio de San Juan Bautista; constituyó la venta de carne que abastece al mercado local; en esta sobresale el barrio de Capillapata mediante el comercio ganadero y su posterior venta de carnes en el camal de San Juan Bautista. En la actualidad por problemas de salubridad y condiciones de vida los vecinos pidieron su traslado al local ubicado en el Distrito de Carmen Alto, dejando de recepcionar por este motivo incentivos para el distrito de San Juan Bautista.

Una característica importante a destacar es el hecho de que la población que ocupa los asentamientos humanos de la periferia (Los Olivos, Villa los Warpas, Las Américas y Keyko Sofía) constituyen en su mayoría migrantes del Valle del Río Apurímac y Ene, además de las provincias del centro de la Región, principalmente de Vilcas Huamán etc; todo ese cinturón urbano-marginal fue ocupado por las oleadas de las familias que llegaron durante los años de la violencia en busca de un lugar seguro. Parte de estos espacios hoy se constituyen como los bolsones de pobreza del Distrito.

Si observamos el cuadro N° 01, notamos que la suma de la población de adolescentes y adultos representan el 69.5% esto nos indica que es un distrito con una población joven, es un potencial importante para construir su desarrollo en la próximas décadas.

1.6.Capital humano

1.6.1 . Salud y nutrición

La salud es un elemento sumamente ligado a los Derechos Humanos, ya la vida de las personas, es por tanto una responsabilidad, para el gobierno local y el Ministerio de Salud; pero un derecho y responsabilidad individual y social. En un sentido más amplio, la salud es un bien que contribuye al desarrollo humano.

En el distrito de San Juan Bautista la población más vulnerable en cuanto a salud es el binomio madre-niño, principalmente los niños menores de 5 años según la evaluación realizados por el CLAS San Juan Bautista en el año 2013 donde las enfermedades más frecuentes según números de casos son:

- Infección respiratoria Aguda con 6,567 casos, de los cuales 56 casos corresponden a neumonía.
- Enfermedad Diarreica Aguda con 352 casos, siendo 46 niños con diarrea aguda y crónica.
- Desnutrición con 128 casos, de los cuales 28 niños presentaron desnutrición crónica.

La desnutrición es un problema social cuya principal causa es la inadecuada alimentación durante los seis primeros meses de vida de un recién nacido, ya que un niño desnutrido presenta problemas de

aprendizaje como consecuencia de bajo desarrollo físico-intelectual. En consecuencia, una nutrición adecuada durante el primer año de vida garantiza el buen estado físico y mental.

Los fallecimientos tienen como sus causas principales las enfermedades respiratorias y diarreicas agudas, enfermedades infecciosas y parasitarias que son consecuencias directas de ausencia de hábitos de higiene (lavado de manos), beber agua sin hervir y por el consumo de agua contaminada por falta de un adecuado sistema de agua potable y desagüe, carencia de uso de letrinas, etc. (ver cuadro N° 03); finalmente los indicadores antes señalados se complementan con lo relativo al nivel de acceso a los servicios básicos de salud por parte de la población.

También parte de las enfermedades diarreicas agudas tienen como foco de contaminación el sistema de alcantarillado deficiente que colapsa cada cierto tiempo donde el desagüe rebalsa y recorre por las calles.

En la actualidad varias asociaciones de viviendas y tres (03) comunidades no cuentan con agua y alcantarillado (ver cuadro N° 02).

CUADRO N° 02
SERVICIOS BÁSICOS EN EL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA 2011

COMUNIDAD	AGUA POTABLE		ELIMINACIÓN DE ESCRETAS			LUZ	
	SI	NO	DESAGÜE	LETRINA	AIRE LIBRE	SI	NO
Acuchimay	85	8	85	4	3	85	8
Canal Alto	180	40	180	35	5	193	27
Capillapata	282	7	228	190	20	260	15
Huatatas	---	---	---	---	---	---	---
La Victoria	340	5	298	35	12	329	16
León Pampa	170		159	5	14	170	---
Las Américas	670	6	622	42	12	662	14
Los Olivos	426	18	90	209	145	346	98

Orccohuasi	---	---	---	---	---	---	---
Pucara	96	4	5	60	34	85	14
Tinajeras	96	4	5	60	34	---	---
San Juan Bautista	751	11	734	13	14	752	10
Tancayllo	---	---	---	---	---	---	---
Wari Sur	25	14	---	4	35	31	8
11 de Abril	196	31	99	63	65	175	52
TOTAL GENERAL	3,317	148	2,505	720	393	3,088	262

FUENTE: CLAS San Juan Bautista.2013

Las tres comunidades campesinas: Santa Rosa de Huatatas, Tancayllo y Orccohuasi no cuentan con servicios básicos de agua y saneamiento, en algunos casos tienen únicamente agua entubada no tratada.

Es importante destacar que estas poblaciones rurales son comunidades aledañas que no pertenecen a la jurisdicción del distrito, pero los habitantes de esas comunidades campesinas tienen residencia en el distrito y hacen uso de los servicios de salud, educación y programas sociales alimentarios, por otro lado forman parte de la población electoral por estar inscritos en el padrón electoral perteneciente al distrito de San Juan Bautista, y no son atendidos seguramente por el distrito de Tambillo entre otras causas por inaccesibilidad.

Mortalidad materna En el periodo comprendido del 2004 al 2007 la tasa de mortalidad materna fue del 0%, el único caso de muerte materna que se reporta del año 2002 (01 caso), cuya causa de muerte fue por convulsión.

Se observa una creciente incidencia de embarazos de adolescentes cuyas edades fluctúan entre 12 a 18 años. Durante el año 2003 se ha registrado 18 embarazos no deseados, algunas de estas adolescentes fueron víctimas de violación, además que provienen de hogares desintegrados, con problemas de violencia familiar. Estas jóvenes son futuras madres solteras, estas son algunas de las causas de la

deserción escolar femenina en los centros educativos secundarios del distrito. El CLAS del distrito brinda los servicios de medicina, hospitalización, obstetricia, odontología, enfermería y farmacia.

1.7. La educación

La infraestructura educativa y el equipamiento escolar han mejorado notablemente en los últimos 10 años, sin embargo la calidad educativa continúa de manera deficiente por las siguientes razones.

A nivel de docente

Deficiente formación profesional del docente. Como el incumplimiento de funciones por parte de algunos docentes, desmotivación de docentes por los bajos salarios, falta de vocación profesional, como la ausencia de práctica de valores en la que hay un escaso interés por capacitarse como la implementación de un currículo desarticulado de los nuevos retos que exige el mundo globalizado.

A nivel de equipamiento

Insuficientes medios auxiliares de aprendizaje, escaso presupuesto para mejorar los servicios educativos como material educativo desactualizado, bibliotecas desactualizadas y mobiliarios sin las reparaciones que necesitan.

En relación a la infraestructura y equipamiento, se puede mencionar, la dotación de construcciones con material noble, que en cierta medida garantizan la integridad física de los estudiantes

En el distrito de San Juan Bautista existen 10 centros educativos de nivel inicial con 550 alumnos (269 varones y 281 mujeres), la infraestructura y el equipamiento en la mayoría de estos centros educativos es deficiente por la

misma indiferencia de la autoridad y de los padres de familia que no valoran este primer eslabón educativo.

En el nivel primario existen 13 centros educativos con 5,158 alumnos aproximadamente, de los cuales 2,743 son varones y 2,415 mujeres; egresan cada año en promedio 590 alumnos, el 6,5% abandonan sus estudios antes de concluir el año escolar, los desaprobados y los que pasan a recuperación representan el 18%.

En el nivel secundario el número de colegios a nivel del distrito llega a 06, cuenta con aproximadamente 2,480 alumnos, de los cuales 1,647 son varones y 873 mujeres; los alumnos que abandonan sus estudios representan el 4,1%, los desaprobados y los que pasan a recuperación representan el 51%. Un aspecto importante que llama la atención es el siguiente: en el año 2008 egresan de la secundaria 175 alumnos, de ellos 133 son varones y apenas 42 son mujeres, de otro lado del total de alumnos de las secundaria el 35% son mujeres y esto se debe al siguiente fenómeno: la preferencia por los padres por la educación de sus hijas en los colegios de mejor calidad y seguridad hacen que el tercer año de secundaria los trasladen a los colegios estatales de las Mercedes y Fátima que están ubicadas en el distrito de Ayacucho para evitar los posibles embarazos, drogadicción y el pandillaje.

Un aspecto significativo a destacar en los colegios importantes es la siguiente: en ellos se encuentran jóvenes estudiantes provenientes de los distritos rurales aledaños como: Tambillo, Acocro, Chiara, Sachabamba y el otro grueso es la población estudiantil proveniente de la zona urbano-marginal del propio distrito. Los hijos de la familia del cercado y de mejores ingresos llegan a cursar sus estudios primarios y secundarios en centros educativos estatales y particulares fuera del distrito, es decir en su mayoría estudian en centros educativos del distrito de Ayacucho como: Mariscal Cáceres, Nuestra Señora de Fátima.

En cuanto a la educación superior, en el distrito está ubicado el Instituto Tecnológico (Víctor Álvarez Huapaya), 02 Centros Ocupacionales (Rosa de América y Ricchary) y SENCICO con un total de 1,168 estudiantes matriculados.

De los 175 alumnos que concluyen la secundaria, un porcentaje mayoritario ingresa a los institutos superiores, en el caso del ingreso a la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga en el último examen también un buen porcentaje de estudiantes llega a ingresar a la universidad de Huamanga.

1.8. Situación de la juventud sanjuanina

Según el censo poblacional del CLAS de San Juan Bautista, la población menor de 15 años representa el 40,7%; esto nos indica que el distrito se caracteriza por tener un gran potencial humano, representado en jóvenes y niños, un aspecto medular para pensar en el desarrollo con una visión de sostenibilidad que tenga como máximo el bienestar y el progreso de las familias.

Se trata de una población muy importante por esa inmensa reserva de energía que hoy está siendo utilizada de manera negativa y equivocada. Hoy sus oportunidades de realización son muy limitadas, por desidia de parte del Estado, es necesario implementar políticas públicas a favor de este sector, otorgándoles prioridad, considerando que sobre ellos recaerá la responsabilidad del desarrollo en los próximos años.

Los jóvenes, los líderes y sus organizaciones opinan que su problemática pasa primero por identificar las causas que la generan.

En el foro juvenil realizado en el distrito, como parte del proceso de planificación se ha llegado a la conclusión de que sus fracasos, temores y frustraciones se deben principalmente a las siguientes causas:

A nivel de las familias

Destaca la unión familiar, con núcleos parentales estables, por tanto la formación, hacia los hijos se desarrollan dentro de espacios, que permiten un normal desenvolvimiento de seguridad y protección.

Sin embargo, cabe también señalar la presencia de hogares desintegrados (padres que abandonan a su hogar). Con repercusiones en la formación de los hijos y tendencia, hacia los trabajos infantiles. Formándose dentro de un manto de inseguridad y angustia económica familiar.

Una de las causas para este hecho son las dificultades económicas de los padres desempleados que ante la incapacidad de afrontar evaden sus responsabilidades dejando en abandono moral y material a sus hijos.

A consecuencia de lo anterior, se aprecia hogares con madres solteras, que tienen que asumir las nuevas riendas en la conducción del hogar, donde los hijos muestran escasa predisposición, para seguir estudiando, es más sus necesidades básicas de alimentación, son insatisfechas, por lo tanto se dedican a los diversos trabajos infantiles, afectando su integridad física y buscan apoyo en amistades de la calle.

1.9. San Juan Bautista en el mapa de la pobreza nacional

Según el último mapa de pobreza, elaborado por FONCODES (2007), San Juan Bautista está considerado como un distrito pobre.

CUADRO N° 03
MAPA DE POBREZA PROVINCIAL

PROVINCIA	NIVELES DE VIDA DE LOS DISTRITOS			
	POBRES EXTREMOS	MUY POBRES	POBRES	REGULAR
Huamanga	Chiara	Socos	Santiago de Pisha	Pacaycasa
		Vinchos	Carmen Alto	
		Acosvinchos	Tambillo	
		Acocro	Ocros	
		San José de Ticllas	San Juan Bautista	
			Quinua	
			Ayacucho	

FUENTE: FONCODES. 2007

El mapa de la situación de pobreza elaborado por FONCODES es relativo, por cuanto, en parte se ajusta a la realidad y en parte no, la parte del cercado está en una situación económica mejor que los AA.HH., pero si observamos el cercado es un sector donde hay familias en extrema pobreza, poblaciones en riesgo como niños, madres gestantes y jóvenes.

CAPÍTULO II

2. TRANSACCIONES ECONÓMICAS EN LA FERIA DE SAN JUAN BAUTISTA

2.1. Antecedentes, creación y contexto actual de la feria

Podemos señalar sobre los inicios de esta feria informal en San Juan Bautista la década del 80, debido al aumento poblacional urbano y haciéndose la crisis más latente afectando a los sectores pobres de la ciudad por una migración compulsiva del campo lo que dio paso a la ocupación de un espacio propicio de parte de estos iniciantes comerciantes informales que ocupaban los espacios desde el puente nuevo hasta la plazoleta del Distrito de San Juan Bautista para ofertar productos de segundo uso a un conglomerado de migrantes precarios y pobladores citadinos con necesidades de adquirir vestimenta de segunda y productos de metal retocado, se caracterizó desde un inicio la presencia notoria de personas al margen de la ley que proporcionaban objetos sustraídos, quienes se articulaban alrededor de los vendedores emolienteros así también se inició la presencia de bares con personas de dudosa procedencia. Ese fue el escenario inicial, la población – cliente desde sus inicios fueron personas con escasos recursos económicos provenientes de los diversos Asentamientos Humanos del distrito de Ayacucho.

A mediados del 95 se produce el desalojo de los comerciantes de la calle el Nazareno, Santa Clara; quienes comienzan a buscar nuevos espacios siendo reubicados en otros mercados como en la Magdalena, Nazarenas pero al no tener ventas fueron buscando otros lugares, en ese proceso encuentran como una alternativa la feria de San Juan ubicada en el lugar de Puente Nuevo y se insertan paulatinamente introduciendo giros en la venta de ropas, zapatos y útiles escolares.

La presencia de estos comerciantes informales en estos espacios tiene su explicación en el aumento de la desocupación y la búsqueda de nuevos espacios de comercialización, que les permita seguir realizando dicha actividad, porque es la que mejor en la que se desenvuelven.

A inicios de 1996, ante la demanda creciente de esta modalidad de comercialización, aumenta los puestos de venta de productos alimenticios para abastecer a los feriantes y personas concurrentes bajo el criterio y opinión de "ahí se vende bien" y "se come bien"; esta oportunidad fue observada por los comerciantes ubicados en la "playa Grau" y de "doce de abril" y paulatinamente se insertan en estos nuevos espacios de comercialización ocasionando un crecimiento aproximado de 400 personas feriantes. Posteriormente para el año 1997 se hace necesario contratar personal de seguridad tanto para los vendedores como para los compradores porque la concurrencia se hizo masiva puesto que asisten familiares completas para disfrutar de este espacio de venta de productos.

El 07 de setiembre del año 1997 se constituye como Asociación ASOFEDOM (Asociación de vendedores informales de la Feria Dominical), para controlar el tráfico de alquiler de espacios, personas que acumulaban mayores espacios por las quejas del vecino tanto en contra de la suciedad como por la inseguridad por la presencia de personas de dudosa reputación. Para el año 2012 se registran 969 comerciantes empadronados y 150 personas en calidad

de espera para ser registrados y reconocidos (Fuente. Padrón de ASOFEDOM 2012).

En el año 2000 luego de múltiples reuniones multisectoriales entre la municipalidad de San Juan Bautista, Gobierno Regional, Defensoría del Pueblo, etc. se ve por conveniente el traslado al lugar denominado "Las Américas", lo cual significaba habilitar más cuadras para esta actividad feriante y disminuir las disputas y violencia por el alquiler de un puesto ya que por el crecimiento se reducían los puestos.

Es bajo este contexto que se expande el recinto ferial dentro de una precariedad por la que exponen los diversos productos así como también el espacio es inestable en esas épocas no les aseguraba una permanencia estable, porque las calles aledañas como Av. Venezuela, Jr. Bolognesi eran calles de tierra y estaban en proceso de pavimentación por lo cual tenían que retirarse constantemente a la Av. Las Américas y otras mientras que terminaba la obra; a ello se puede agregar desde los inicios estuvieron expuestos a los riesgos de personas al margen de la ley que creaban zozobra y miedo.

Se recogió, la información (Rómulo. Comerciante 51 años; 07 Abril.2013)

"Cuando formamos la feria, no era como ahora había rateros, teníamos miedo, poco a poco hemos ido alejando, ahora con la Asociación, es más seguro, ha mejorado la venta, yo soy como antiguo, vendiendo ropa, gano mi vida, vienen toda clase de gente, preguntan de todo, así dando vuelta, paran comprando"

Otra información (Manuel; comerciante 55 años; 07 abril 2013)

“Esta feria nos ha costado mucho sacrificio, acaso así nomás es; hemos luchado contra los pobladores que nos botaban, no querían que estemos acá, contra los municipales también contra los rateros, teníamos que cuidar nuestras cosas, ahora es diferente hasta tenemos vigilancia estamos creciendo porque viene mucha gente.”

2.2. Construcción de la acción colectiva

Considerándolo dentro de un proceso comercial a esta feria, para la preservación de los espacios utilizados fue necesario establecer puestos reconocidos para la venta, esto tenía que evidenciarse, con la instalación de carpas, la posesión de estos espacios muchas veces se realizó dentro del uso de la fuerza física, la prepotencia y abuso, dentro de una angustia de ocupar un espacio, que les permita cubrir sus necesidades básicas.

“Para juntarnos no fue fácil, cada uno teníamos que luchar para nuestro espacio, había muchas peleas nos ha costado bastante sacrificio y lágrimas pero así sufriendo hemos conseguido tener este espacio nuestro, pagamos porqué acá trabajamos así poco a poco nos hemos ido juntando como hasta ahora”.

(Rufilio, vendedor de vestidos 53 años; 21 abril 2013)

Con la creación de la junta directiva el año 1997 se reorganizan por giro de negocios mediante la inscripción en el padrón de asociados, otorgándole a cada comerciante un carnet de feriante dominical, el cual los acredita y tiene su reconocimiento y participación, así mismo se estableció un estatuto, para

cumplir las normas y una oficina, para la inscripción de nuevos comerciantes, previo pago económico.

Actualmente se tiene una organización muy estructurada, se encuentran mejor organizados y eligen anualmente a su junta directiva. Para mantener la organización y el principio de autoridad el presidente recibe un monto salarial económico de \$ 500.00 por cada feria dominical.

"Claro, para una mejor organización tenemos una junta para hacer todo los trámites ante las autoridades también para informar a los miembros de la limpieza, del orden, de todo nos preocupamos todo eso demanda gastos y tiempo por eso por acuerdo por cada feria entregan un dinero a la junta así camina todo es gasto, hasta cualquier queja todo es a la Junta, tenemos que resolver esa es nuestra función".

(Porfirio Arango, Presidente de la Junta, 54 años; 12 mayo 2013).

Para una concurrencia masiva de los clientes, establecen reuniones mensuales los socios con la finalidad de brindar y asegurar la atención, mediante el arreglo de sus puestos de venta, la higiene que deben de mantener así como para la rendición de cuentas de los ingresos económicos. Como una forma de fomentar los lazos sociales entre los socios realizan actividades deportivas y también actos de solidaridad como polladas, parrilladas, para apoyar al socio(a) que se encuentra enfermo de salud, estas actividades cohesionan y expresan vínculos de solidaridad pero de manera circunstancial en estos comerciantes.

2.3. Formas y maneras de comercialización

Teniendo en cuenta las experiencias en la venta de sus productos, estos vendedores utilizan diversas formas para atraer a los diferentes clientes ya sea por edad, procedencia, género, etc. Estos acuden con sus propios intereses expresando diferentes estados anímicos así como formas para regatear los productos. Ante ello, saben escuchar y captar las verdaderas sus necesidades, luego; ofrecen una variedad de productos hasta llegar a convencerlos que hacen una buena compra; incluso señalando por debajo de su costo real. Como dicen “no se gana, pero se asegura al cliente” bajo dicha filosofía aseguran la venta durante el día y obviamente obtienen sus ganancias.

“Nosotros ya sabemos a qué vienen los compradores; los miramos, les ofrecemos, dejamos que agarren, le mostramos confianza no le decimos nada del precio. Lo que queremos es que muestren interés, tranquilo le hablamos, le contestamos de una manera segura. Cuando nos preguntan del precio un poquito elevamos porque nos van a pedir la rebaja, si rebajamos pero sin tratar de afectar a nuestro capital, el asunto es saber vender ganando algo; de todas maneras se gana el asunto es saber vender, para ello saber qué es lo que quieren, ya los años nos da experiencia porque no todos son iguales pero a todos hay que saber atenderlos, ahí está nuestra experiencia”.

(Mariano, vendedor de útiles escolares 43 años; 28 abril 2013)

FOTO No 01

Compra de frutas en la feria dominical “Las Américas”



Se aprecia las formas de compra de fruta mediante el regateo y al por menor de una manera directa entre la compradora y el vendedor asegurando su posterior regreso para compras sucesivas.

Dentro de esta realidad dominical en su forma organizativa utilizan altoparlantes como un medio de convocatoria comercial la cual tiene efectos para la concurrencia masiva. De otro lado cabe señalar que estos comerciantes vienen con un caudal de experiencias acumulados a través de los años en diferente eventos comerciales realizados, los cuales lo aplican en las transacciones comerciales de la feria.

Por lo observado podemos señalar una heterogeneidad de concurrentes, diríamos entonces que existe una diversidad de actitudes de los concurrentes desde aquellos que solamente acuden a observar hasta quienes hacen compras de diversos artículos ya sean nuevos o de segundo uso que están expuestos para el público consumidor.

Dice Manuel, Comerciante 43 años, entrevista: 27 mayo 2012.

“Cada domingo es diferente, vienen a comprar diferentes personas de todo, no saben pedir unos otros sí, tenemos que atender a todos si no perdemos la clientela, así es nuestro trabajo.”

En el común de las formas se aprecia un modo de actuar y comportarse ante los clientes bajo la atención al pedido y su persuasión a la compra del producto. Existe todo un manejo psicológico para atraer a los clientes como la atención que le brindan dentro de una atmosfera de total confianza.

No se puede generalizar dentro de las formas porque cada comerciante tiene sus propias particularidades para atender; como por ejemplo saludarlos con mucho respeto y atención, permitirles que manipulen los productos, atenderlos amablemente y señalarles que tendrán su rebaja respectiva.

Dice Crisóstomo Huamán, comerciante 40 años, entrevista: 13 mayo 2012

“Yo, con cariño llamo a los clientes, les digo “papá” o “mamá” con todo respeto, así vienen donde mí y les vendo lo que ellos quieren comprar, siempre me comprar cuando llamo así”

Es importante para los comerciantes dentro de la forma, acudir a la sensibilidad de los compradores, llegar a obtener confianza para el cual no pueden discutir

con los clientes y más bien llevarlo al terreno de la compra mediante la paciencia y la oferta que ofrecen.

En cuanto a las maneras, tiene en cuenta que los clientes presentan diferentes estados anímicos y entienden que son muy sensibles en el trato con los comerciantes aplicando una psicología empírica; la relación que establecen lo hacen de manera afectiva donde muestran términos de “papá”, “mamá”, “caserito”, “señito”, “agarre nomás” y una predisposición a atenderlos de manera afectiva.

En ese sentido la comercialización se realiza dialogante y personal considerando que la comunicación con el comprador es importante dentro de una lógica de satisfacer al comprador donde muchas veces no cubren su inversión pero si asegura un futuro cliente.

La forma de comercialización se presenta de una manera organizada en la presentación de los productos, en ella se aprecia la creatividad en la exhibición de una manera agradable para los ojos del comprador; para ello utilizan carpas, mallas, ganchos, colgadores, etc.

Una feria sin el expendio de comidas pierde su sentido social, el factor es que los clientes permanecen casi todo el día en la feria y se hace común el expendio de comidas al instante, con platos típicos como chicharrón, trucha, puca picante, adobo, arroz con pollo entre otros; gastronomía que responde a la idiosincrasia de los concurrentes. La venta de este producto está asegurado porque los concurrentes de manera masiva a mediodía acuden a estos espacios, muchas veces con toda la familia.

Manifestó una clienta (Zenaida, 33 años, entrevista: 26 mayo 2013)

“Cuando vengo a esta feria mínimo tengo que comer mi arroz con pollo, ya sé dónde ir porque me atiende bien.”

Sra. María, vendedora de comida proveniente de las Nazarenas, 36 años: 17 junio 2012.

“Hace 06 años vendo comida, me dijo una amiga que vende acá, ya me han empadronado y ahora preparo Puka, tallarín con pollo, escabeche; vienen de todo entre chicos y grandes para esto he tenido que aprender a cocinar por cantidad ahora para mi es fácil cocinar bastante, vendo normal como 150 platos, siempre queda la comida para mi casa y con esto mantengo a mis hijos, mi esposo en mi casa me ayuda preparando las cosas. Vienen a esta feria a toda clase de gente y a todos los atiando, creo que les gusta lo que preparo además los atiando con cariño”.

Dentro de la heterogeneidad de asistentes tienen sus propias preferencias, esa es una de las razones por la que concurren la mayoría de las personas a esta feria dominical porque saben que encontrarán lo que desean o buscan como ropas, zapatos, útiles escolares, electrodomésticos, equipos musicales, celulares, muebles, materiales de transporte, frutas, entre otros.

2.4. Flujo del movimiento económico

En este rubro queremos destacar el flujo del movimiento económico que reporta la feria. El circuito de la feria moviliza a comerciantes no solo del distrito, sino de otros lugares con el objetivo de vender sus productos que ofrecen; la articulación a estos espacios es muy significativa por la presencia de personas que genera movimiento económico prioritariamente de bienes y productos que se ofertan en la feria. Por lo tanto el usuario es la base dinamizadora para la funcionalidad de la feria.

Según el Presidente Prof. Porfirio Arango Ayala 54 años.

“Por semana, se mueve en la feria alrededor de al menos S/.250,000.00 nuevos soles y al mes bordeamos alrededor de S/. 1'000,000.00; es más en abril (época escolar), carnavales, fiestas patrias y en Diciembre llegamos a triplicar ese monto”
(Fuente. Entrevista: 28 abril 2013)

Es una cantidad económica considerable para una feria informal de contenido local; representa un aporte significativo a la economía urbana local porque permite una reproducción en la venta de los diversos productos donde se compromete a otros productores (fabricantes de vestidos, de zapatos, tiendas comerciales, electrodomésticos, carpinterías, productores del campo, vehículos de transporte, repuestos de vehículos, tecnología en celulares, radios, equipos musicales, alhajas, etc.).

Se puede mencionar que indirectamente ocasiona ingresos económicos en los agentes proveedores, por lo tanto podemos también señalar que existe una capacidad económica de reproducción de capitales de manera permanente.

Esto se amplía en épocas de alta demanda como señala llegando al millón en soles de lo que podemos precisar que en cierta medida repercute en la economía local porque es ganancia que se reproduce en la esfera del consumo en la ciudad de Ayacucho, teniendo como punto de inicio a la Feria Dominical.

De otro lado, merece destacar en este rubro el sistema de abastecimiento de los diversos productores que aseguran la permanencia de la feria mediante un flujo asegurado de las diversas mercancías cada vez con más novedades, como la ampliación del recinto ferial e introducción de nuevos productos como vehículos de transporte, lencería, frutas, etc.

2.5. Oferta de productos

La venta ambulante es la actividad comercial realizada fuera de un establecimiento comercial permanente, es decir se realiza en puestos o instalaciones desmontables, en lugares y fechas previamente autorizados por la municipalidad de la jurisdicción donde se realiza esta actividad; además entrando en acuerdo con los vecinos para que puedan aceptar la instalación de dicha actividad en el frontis de sus viviendas.

En el Barrio de las Américas se celebra la feria dominical en el que los comerciantes acercan sus productos al consumidor final en donde es posible encontrar variados productos a un costo accesible que en la mayoría es por debajo del costo que en alguna tienda o galería se ofrece el mismo producto a diferente usuario.

La oferta de diversos productos tiene que ver con los diferentes clientes que acuden a la feria tomando en cuenta la edad, género, estado civil, procedencia, etc.

El asunto consiste en cómo satisfacer a esta diversidad de compradores que necesitan satisfacer diversas necesidades, ahí surge la capacidad de saber vender sin perder al cliente. Ese aspecto se reproduce de acuerdo a sus experiencias realizadas durante varios años.

Se encuentra también la gastronomía que ofrece variedad de platos como el puka picante, arroz con pollo, chicharrón, ceviche y muchos otros platos de comida al escoger de la gente que acuden algunos con la familia y se quedan todo el día en la feria.

FOTO No 02

Relación comerciante – cliente



Vendedora observa como una clienta que se dispone a comprar manipula la ropa que ofrece en su puesto, luego con paciencia, cuando pregunta por el precio interviene de una manera natural y segura para realizar la transacción comercial hasta terminar por convencerla para que adquiriera el producto a su vez tratando de asegurarla como cliente fija y habitual para próximas compras.

FOTO No. 03
Venta de diversos productos



Este espacio de concentración comercial informal heterogéneo constituye un sistema de abastecimiento con diversos productos para una población que acude de acuerdo a sus demandas.

CUADRO No 04

GIRO DE NEGOCIOS Y NÚMERO DE COMERCIANTES

Productos	Comerciantes
1. Ropas (nuevos y usados)	392
2. Calzados (nuevos y usados)	257
3. Ferreterías (nuevos y reciclados)	67
4. Expendio de comidas	62
5. Venta de refrescos	30
6. Venta de frutas	25
7. Cds	21
8. Electrodomésticos	33
9. Venta de muebles, colchones	28
10. Venta de plantas	17
11. Locerías	15
12. Medicina natural	12
13. Animales menores	10
TOTAL	969

Fuente. Padrón de ASOFEDOM. 2013

A esto cabe agregar espacios utilizados en la venta de llantas (Nuevos y usados), repuestos de moto taxis (usados), monedas antiguas, alhajas celulares (nuevos y usados), radios, relojes, instrumentos musicales, etc. que por cierto cuentan con clientela permanente.

Según el cuadro sobresalen la venta de ropas y calzados, herramientas, artefactos eléctricos, repuestos de carros, bicicletas, celulares; dentro de una característica que en su mayoría estos productos fueron utilizados por dueños anteriores.

En la innovación se aprecia la venta de productos en estado nuevo como celulares, zapatos, ropas, juegos infantiles, instrumentos musicales, artículos de belleza, etc.

Ante ello se puede mencionar una combinación en la venta de los diversos productos, tanto en cantidad y volumen el cual le da un matiz especial a la feria.

Bajo estas circunstancias la tendencia es la compra de productos nuevos, pero la realidad económica del comprador le pone en una disyuntiva que lo plasma al efectuar la compra de un producto de acuerdo a su disponibilidad económica.

Sr. Manuel comprador proveniente de Muyurina 30 años; 19 mayo 2013.

“Vengo a comprar del campo según mi necesidad y de mi familia, no me alcanza por eso compro para mi pantalones usados jeans porque dura para mi trabajo, para mis hijos zapatos y zapatillas, gorros y mochilas, así preguntando encuentro y así llego a mi casa, otras veces vengo con mi esposa y juntos compramos para ella le gusta blusas y falda, cuando hay compramos pero de segunda, con eso nos vestimos”.

Es cierto el riesgo que ocasiona la compra de vestidos utilizados así como los calzados por el uso directo en las personas, pero aún así existen compradores dentro de la lógica que están adquiriendo productos de garantía en su uso y más que todo se encuentra de acuerdo a sus capacidades adquisitivas de la economía.

Si mencionamos la enorme concurrencia de una clientela heterogénea esto obedece a la demanda de la diversidad de los productos ofertados que se encuentran por debajo de los precios del mercado formal por la procedencia de los productos y de otro lado porque se evade los impuestos los cuales en cierta medida abaratan los costos en la venta.

Ante este crecimiento de la demanda se viene dando una tendencia progresiva de vender los productos en buen estado con un cierto grado de garantía.

Esta demanda tiene una clientela permanente que se evidencia por la concurrencia de familias de estratos medios y bajos provenientes de los Asentamientos Humanos del distrito y sus cercanías e inclusive de comunidades cercanas como Chiara, Acocro, Vinchos, Huamanguilla, Quinua. En tal sentido, podemos señalar que es un encuentro con características económicas y sociales heterogéneas que asisten para comprar diversos productos y aprovechan el espacio para localizar momentos de encuentro y distracción social.

(Se recogió la opinión de la Sra. Petronila Huayta: 38 años Jardinera; 19 Mayo. 2013)

“Ya es normal mi esposo e hijos esperamos con ansias la feria para ir; vamos todos los domingos compramos algunas cositas pero más vamos para ver a la gente lo que compran, a veces nos encontramos con nuestros paisanos y conversamos de nuestra tierra o nos convidamos una gaseosita, a nosotros nos gusta venir a la feria”.

Se corrobora que la feria es un espacio de encuentros sociales donde se transmiten diversas situaciones familiares, trabajos, expectativas y sobre acontecimientos de sus lugares de procedencia, entre otros aspectos.

2.6. Predisposición a la inversión

En la medida que esta actividad ferial viene ocasionando ingresos significativos desde 40 soles hasta 400 a 500 soles en el aspecto económico por el movimiento comercial que representa, bajo ese criterio estos comerciantes informales se visibilizan como sujetos de crédito por las entidades financieras como: Las Cajas Municipales, Cooperativas de créditos con préstamos que oscilan entre 1,000.00 a 10,000.00 nuevos soles de acuerdo al giro del negocio; por la demanda se encuentra la inversión en ropas, calzados, herramientas de ferretería, artefactos electrodomésticos, celulares y artículos de belleza.

Otra modalidad lo establece en los denominados banquitos con préstamos semanales de 500 soles a más, participan en ello un mínimo de 10 personas todas de confianza y garantía que son cercanas a sus entornos familiares y sociales.

En su racionalidad de ellos está la tendencia a acumular mayores ganancias; ciertos comerciantes hacen uso de su propio capital mediante la venta de sus terrenos, ganados y otros garantizan con sus ingresos de empleados públicos.

De lo señalado, podemos mencionar que aplican “estrategias económicas” en la perspectiva de apertura de ventanas para ingresar a un horizonte con sentido de inversión.

Existe pues según la trayectoria de cada comerciante informal una predisposición económica para ampliar su frontera comercial.

2.7. Nuevas estrategias comerciales de “adaptación”

En la racionalidad económica de estos comerciantes consideran de vital importancia la innovación del comercio y para ello su capitalización; en ese sentido presentan una persistencia, principalmente los más innovadores, en acudir a las entidades crediticias para ampliar el capital que invierten en la venta de sus mercancías en el rubro que más conocen.

Están convencidos que ampliando la venta de sus productos obtendrán mayores ganancias posibilitándoles una mayor fluidez y expansión a sus actividad comercial.

FOTO No. 04

Venta de productos utilizando ambas partes de la Avenida en la feria



En las estrategias comerciales utilizan todos los espacios posibles como se observa la forma paralela para la observación de los diferentes clientes.

Concurrencia masiva de compradores a la feria de "Las Américas"



Escenario de permanente y constante fluctuación de comerciantes y compradores dentro de un orden establecido por las normas de la organización ferial.

De acuerdo a su proceso de crecimiento económico y concurrencia social, este espacio en la actualidad constituye un atractivo comercial económico por la oferta de productos por debajo del mercado formal. De otro lado la organización de los comerciantes dentro de la junta, así como las relaciones de cooperación y competencia garantiza un orden de acuerdo a normas establecidas.

Ante ello, las perspectivas tienden a crecer en la actividad comercial por la concurrencia y demanda de los diversos productos y constituye una alternativa para amenguar la economía precaria de los compradores que acuden a esta feria dominical.

Venta de ropas y zapatillas de segundo uso en la feria "Las Américas"



Esta actividad comercial de segundo uso tiene una demanda permanente hasta la actualidad; principalmente sus compradores son las personas provenientes del campo.

2.8. Mecanismos de seguridad a los comerciantes

Al respecto podemos señalar que la protección tiene que ver con la Organización que han establecido estos comerciantes, en ese sentido para asegurar la permanencia de la feria como una manera de proteger a los vendedores, cuentan con la presencia de personal de seguridad.

Este mecanismo garantiza la permanente concurrencia de los compradores toda vez que pueden realizar sus diversas compras seguros de no ser afectados por personas que se encuentran al margen de la ley al igual que para los mismos comerciantes.

Sin embargo, cabe señalar que el origen de esta feria, entre otras, se debe a que en sus inicios cobijó a personas al margen de la ley que ofertaban productos de dudosa procedencia donde acudían personas para comprar dichos productos y el espacio no ofrecía seguridad a estos concurrentes; con el transcurrir del tiempo se fue introduciendo la venta de productos nuevos y a precios asequibles para la población menos favorecida el cual continúa hasta la actualidad y es una alternativa de solución a la mediana economía que manejan los compradores que acuden a esta feria.

En tal sentido este escenario comercial con toda la complejidad en la venta de diferentes productos mantiene en cierta medida seguridad pero también queda flotando un contexto de los orígenes de la inseguridad en esta feria por la presencia de personas de dudoso comportamiento teniendo en cuenta del movimiento económico que significa esta feria.

Pero en conclusión, diríamos que en el espacio de la feria propiamente no existen mecanismos de protección de manera efectiva, existe algunas deficiencias en este aspecto.

CAPÍTULO III

3. ORGANIZACIÓN, MANEJO Y ESPACIOS SOCIALES

3.1. Estructura organizacional

El inicio y desarrollo de esta feria se ha configurado fuera de una planificación vertical (de arriba hacia abajo), fue por la demanda y necesidad de sectores urbanos desocupados; en ese proceso se ha formado un espacio comercial que cubre una actividad de manera periódica; es decir solamente los días domingo de la semana para un público concurrente con particularidades en la actividad comercial. Es un mercado informal que abastece con diferentes productos para clientes de diferentes niveles de ingreso y pautas de consumo. Pero la tendencia es la presencia de sectores pobres que pueden comprar a menores precios artículos como vestidos, útiles escolares, electrodomésticos y repuestos usados. Dentro de ese escenario la feria concentra a diversos comerciantes provenientes de la ciudad y de otras regiones con pugnas por acceso a cargos directivos de acuerdo a sus intereses personales y particulares pero aun así respetando la práctica democrática eligen a sus representantes de una manera consensuada en Asamblea Pública. En ese sentido se ha registrado a la Junta Directiva actual.

Junta Directiva Periodo 2012 – 2013

La organización está representada por la junta directiva de la asociación la cual está integrada por 08 personas elegidas por un periodo de 2 años, está representada de la siguiente manera.

Presidente	Prof. Porfirio Araujo Ayala
Vicepresidente	Sra. Bertha Martínez de Quispe
Secretario de actas	C.P.C. Vanessa Cuadros
Secretario de organización y cultura	Sr. Adán Acosta
Secretaria de asistencia social	T.S. Dinamia Millpe
Tesorera	Sra. Aidé Ramírez Quispe
Vocales	Sr. Cresenciano Quichca
	Sra. Isabel Curo

Fuente: Libro de actas 2013

La función principal de esta Junta Directiva según su estatuto es velar por una buena organización de la feria dominical cumpliendo cada miembro las funciones delegadas así como las normas establecidas dentro de la organización para un buen funcionamiento de la feria dominical.

CUADRO No. 05

**PROCEDENCIA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES EN LA FERIA
DOMINICAL "LAS AMÉRICAS"**

	LUGAR	CANTIDAD	%
1	Ayacucho	87	9
2	San Juan Bautista	378	39
3	Carmen Alto	48	5
4	Jesús Nazareno	68	7
5	Ica	29	3
6	Huancayo	68	7
7	Lima – Gamarra	58	6
8	Trujillo	39	4
9	Huancavelica	107	11
10	Apurímac	87	9
	TOTAL	969	100

Fuente Padrón de socios ASOFEDOM; 28 Abril.2013

Según el cuadro se aprecia que la mayor composición de comerciantes en esta feria proviene del distrito de San Juan Bautista en razón de la cercanía para que puedan realizar esta actividad con la que alternan sus labores semanales en los diversos mercados y galerías de Ayacucho complementando su presencia el día domingo mediante diversos giros de negocios como son en vestidos, en seguida están los pobladores de Huancavelica quienes aprovechan la oportunidad y vienen siguiendo una serie de ferias a las que asisten cotidianamente, continua en ese orden comerciantes provenientes del distrito de Ayacucho y Apurímac; en menor medida se nota la presencia de comerciantes de otras lugares trayendo ropas, zapatos, animales menores, etc.

De este hecho se puede deducir que la mayor inversión económica lo realizan los comerciantes de la Provincia de Ayacucho en diversos giros como en ferretería, electrodomésticos, repuestos de maquinarias, etc.

FOTO No 07

Vista parcial de la feria dominical “Las Américas”



La foto muestra una parte de la actividad ferial todas cubiertas con material de plástico; algo común en la feria y aceptado por los concurrentes.

3.2. Trayectoria individual y colectiva

Al abordar sobre el desenvolvimiento de estos comerciantes se puede precisar que traen consigo una vasta experiencia acumulada en cada uno de ellos porque muchos se iniciaron desde jóvenes años atrás.

Julián, vendedor 24 años; 08 julio 2012.

“Yo comencé ayudando a un señor vendiendo zapatos, poco a poco hice mi capital y como aprendí de este señor, me vine a esta feria y ahora vendo yo sólo”.

Según la entrevista recogida se puede afirmar que en su mayoría conocen el manejo comercial, pues esta actividad lo realizan desde años anteriores, comenzaron como ayudantes, mientras que existen algunos que son dueños de establecimientos comerciales formales y acuden a la feria para obtener mayores rentabilidades; así también se ha registrado a informales que recorren diversos circuitos feriales (Huancayo, Huancavelica) en ese sentido tienen una experiencia comercial.

Dijo un entrevistado: (Romualdo 39 años vendedor de zapatos; 21 abril.2013)

“Yo desde antes he recorrido diversos lugares traigo zapatos de Trujillo, porque ahí son cómodos y me sale vender en la feria pero los otros días vendo en los establecimientos o viajo a Huanta, Cangallo, San Miguel y me compran hay que saber vender nada más.”

Al respecto, podemos señalar que tienen otras actividades de índole comercial, estudiantil, personal en la semana y la feria, es un espacio de

connotación económica importante para estas personas que se vuelven comerciantes informales en la feria.

Srta. Roxana, estudiante universitaria; giro de ropas 26 años; 03 junio 2012.

“Todos los domingos vendo ropas de niños, mi capital es prestado, tengo que pagar de acuerdo a mis ganancias, en si en la feria se gana; yo gano más o menos 200 soles con eso me ayudo en mis estudios. Vine porque mi tía que vende ropas me trajo. Mi idea es hacer mi propio capital y ampliar con diversos vestidos, ojalá que logre todo depende de mí porque acá hay mucha plata y también trabajan otros estudiantes vendiendo comidas, ropas, perfumerías, lencerías; para todos es igual”.

Sobre la trayectoria, manifestó (Julián, vendedor de ropas 44 años; 21 abril.2013)

“Mi trabajo comencé desde varios años atrás; comencé como ayudante de ropas me explotaban pero aprendí de los dueños junte capital como en dos años de ahí yo mismo me fui a Lima ya conocía donde compraban los dueños fue fácil con mi capital compre diversas ropas para mujeres, así comencé ahora vendo de todo para niños, jóvenes, adultos, en la feria gano bien pero vendo también en la galería donde he alquilado un kiosco solamente de la feria no se puede vivir.”

Estos comerciantes conocen de la actividad que realizan pues muchos de ellos durante la semana venden en otros lugares como: Huanta, Cangallo, Vilcas Huamán, Nery García, etc. y tiene un cúmulo de experiencias y saberes adquiridos, otros comenzaron en los entornos familiares.

“Yo vendo en Huanta pero los domingos tengo que estar en la feria, eso lo hago desde hace 12 años, así también hacen otros comerciantes sino que vamos a hacer toda la semana, tenemos otras actividades en la semana, tenemos profesores, señoritas universitarias, músicos, reparadores de diferentes artefactos, carpinteros, fruteros, colchonero así somos de diferentes cosas”.

Samuel, vendedor de radios, 39 años; 19 agosto 2012

3.3.Itinerarios que construyen los clientes

De manera previa al itinerario queremos resaltar la frecuencia de la población-cliente a la feria, según estimaciones aproximadas proporcionada por el Presidente de la Junta, señala que asisten a la feria dominical un promedio de 2,700 a 3,000 personas.

Ahora, dentro de ese itinerario la población asistente a la feria, varía con el transcurso del tiempo pero pueden retornar en otros momentos de acuerdo a las circunstancias y necesidades.

Para la persistencia de este itinerario es importante la capacidad de abastecimiento que ofrece la feria y además el flujo de las mercancías, en ese sentido, se asegura la presencia permanente de los clientes.

FOTO No. 08

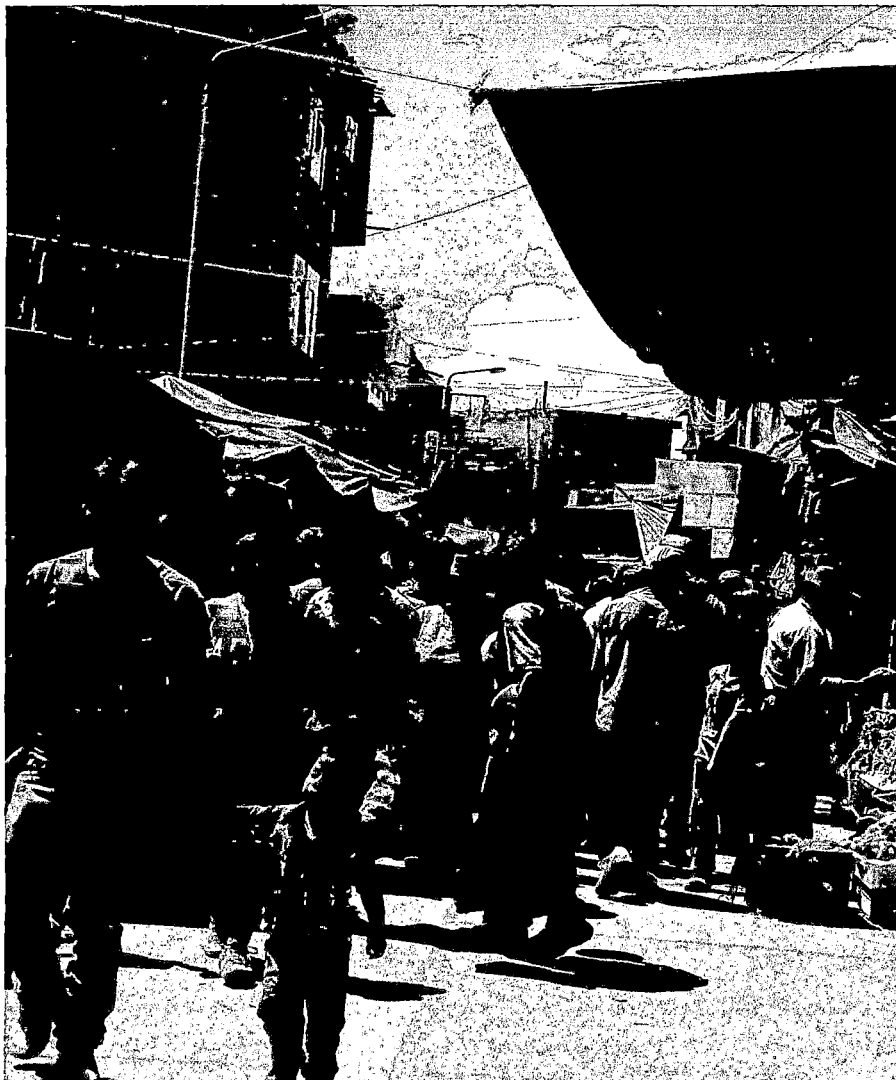
Compradores en horas de la mañana en la feria dominical "Las Américas"



Los compradores conocen del producto que adquieren, en su recorrido miran luego deciden hacer la compra. Así mismo, esta fluctuación tomada en la mañana se hace más densa a inicios del mediodía.

FOTO No. 09

Compradores de diversos lugares en la feria dominical de "Las Américas"



La feria aglutina a diferentes sectores y edades, la asistencia a esta feria adquiere sentido cuando se adquiere diferentes productos.

Fluctuación cambiante de los compradores en la feria dominical “Las Américas”



Vista de la feria por ambos lados de venta; por su naturaleza agrupa a un público heterogéneo cambiante en el transcurso del día y con diversas necesidades de compra.

3.4. Escenario de relaciones sociales

La construcción de escenarios de la feria obedece a un proceso desde sus inicios cuando de manera improvisada se ubicaron en estos espacios para vender artefactos usados, esos fueron de la feria actual; los compradores fueron desde un inicio personas de diversa procedencia, género, edad; de la misma manera los comerciantes feriantes, muchos de ellos fueron desocupados y otros buscaron estos espacios para ampliar sus actividades

comerciales con sus propios saberes y conocimientos (capital cognitivo), sus intereses particulares, sus modos de vida y sus percepciones sobre las jerarquías y valores.

En este nuevo espacio fueron construyendo sus relaciones sociales de una manera individualista sin involucrarse con dificultades ajenas ni tomen partido por personas ajenas a la feria; pero en proceso comenzaron a participar en actividades para el beneficio del espacio ferial como por ejemplo la construcción de servicios higiénicos y personal para la limpieza.

Dentro de dichas circunstancias podemos señalar la percepción de una cierta identidad por el espacio que ocupan y predisposición a colaboraciones espontaneas como préstamos monetarios en esos momentos para dar vuelto al comprador, así también la práctica de un código de valores como la competencia de manera honesta.

Sobre esta última expresión se recogió (Manuel 38 años vendedor de zapatos; 05 Mayo 2013)

"Soy de Ica, vendo zapatos, mi esposa es de Ayacucho, su familia nos ayuda tengo una zapatería en Ica y otra en Lima, doy trabajo a mis dos cuñadas, tengo un local en la Av. Mariscal Cáceres, recorro de feria en feria. Tengo apoyo de amigos de hace años me envían mis pedidos; sin apoyo de mis familiares y mi esposa no hubiera mejorado pero tengo que trabajar duro".

Al respecto podemos señalar que entre los comerciantes se aprecia diversas maneras de afrontar sus actividades comerciales pero queda claro que los más emprendedores utilizan los préstamos financieros, así también las redes familiares y sociales de esa manera obtienen mayores ventajas económicas por la audacia con la que se desenvuelven.

Dijo (Marcelino comerciante 40 años. Entrevista; 28 abril 2013)

“Yo respondo por mí mismo, si me presto yo tengo que ver como respondo, si no me friego con la Caja de Crédito; como dicen cada uno baila con su pañuelo, así es pues.”

Es una muestra de un comerciante que a su manera emprende la búsqueda de un micro-crédito corriendo su propio riesgo, pero orientada hacia una perspectiva.

(Diómedes, comerciante.41 años. Entrevista: 28 abril 2013)

“Tengo que mejorar porque esto es una buena oportunidad, la plata está acá, hay que saber aprovechar, tengo que buscar más crédito primero tengo que pagar lo que debo así voy a ir mejorando, depende de mí nomás”

A partir de su propia ubicación endógena busca el cambio social el cual le permitirá reconocimiento y un ascenso social.

3.5. Valores y normas culturales en la feria

No se puede señalar un comportamiento cultural homogéneo al interior por las diversas procedencias, grados de instrucción, pugna implícita entre jóvenes-adultos, entre ciudadanos-migrantes. Todos estos elementos se conjugan en sus prácticas de vida, creencias, modos de pensar, reflejadas en su modalidad de obrar y de posicionarse en el medio en el cual está inmerso, por eso sus actitudes en el caso de la atención a los clientes no es por igual porque cada uno de ellos utilizan sus propias estrategias ante los diversos clientes que acuden.

En tal sentido la práctica de valores tiene que ver bastante con las prácticas económicas dentro de un universo simbólico de saberes. Todo esto dentro de un marco de creatividad e innovación estableciendo estrategias orientadas a un tipo de relaciones afectivas, dialógicas, tratando de llegar a la sensibilidad de los compradores. Por eso es común escuchar en la feria “vamos donde nuestro casero, él nos atiende bien y barato”.

Los comerciantes más jóvenes aceptan y entienden las normas establecidas por los comerciantes mayores, como el orden en las ventas de productos, respeto a los compradores, evitar discusiones, cumplir con las ordenanzas que emanan los directivos, asistir a las reuniones.

Manifestó un comerciante de 27 años, estudiante universitario. 18 marzo 2013)

“Con los tíos tenemos que portarnos normal nomás, ellos dirigen todo si no sería otra cosa la feria nadie haría caso sería puro robo los comerciantes harían lo que quisieran no tenemos que hacer caso también en sí estoy por ellos me han dado un espacio y vivo de esto, esta feria me ha beneficiado mucho hasta mis estudios; yo normalmente vendo celulares y radios usados ya tengo mis clientes incluso me recomiendan y así vienen más gente.”

Se puede apreciar en este escenario relaciones sociales, jerarquías reconocidas y los valores inherentes en un movimiento de mercancías con dimensiones simbólicas reconocidas y socialmente aceptadas. Esto se sustenta en las diferentes luchas que iniciaron los comerciantes iniciales frente a las autoridades, vecinos del lugar, policías, personas de mal vivir que por cierto no fueron fáciles de encontrar este espacio para lo que ahora representa, eso lo entienden los comerciantes más jóvenes y por eso respetan a los comerciantes mayores.

También podemos agregar que el reconocimiento implícito se otorga por la capacidad de inversión del comerciante que ostenta mayor capital en la feria en relación a otros.

3.6. Espacio de encuentro social

Establecido este lugar para la actividad comercial en proceso se ha convertido en la actualidad como un espacio social en la que permite encuentros familiares y sociales constituyéndose en ese sentido en un atractivo especial para los visitantes.

Se recogió (Damián, 29 años Visitante frecuente; 09 Junio2013)

“Vengo cada domingo ya es una costumbre me gusta ver la feria a las gentes como compran, invito a mis amigos y acá conversamos y nos tomamos una cervecitas”

Es así que la feria con importantes inversiones en venta y consumo se ha convertido en un nuevo espacio público de encuentro con concentración de personas diversas que adquieren productos que en muchos casos son soluciones inmediatas a sus necesidades; asisten las familias no solo para hacer compras, sino también con la intención de coincidir con familiares o amistades con las que pasan un buen momento y otras que al encontrarse se dirigen a puestos de expendio de comidas y bebidas para conversar y a la vez consumir el producto que ofrecen.

“Casi todos los domingos asisto con mis hijos, como soy de Huancapi me encuentro con mis paisanos, conversamos de todo, nuestros terrenos, animales, nuestros cultivos, cosecha, nuevos cultivos como frutales, así pasamos; me alegra ver con mis

paisanos, así nos despedimos y otros domingos a veces podemos vernos, nos contamos nuestras cosas". Demetrio, albañil 40 años; 15 julio 2013.

3.7. Ventajas comparativas de la feria

La presencia de la feria y su permanencia en el tiempo es porque los compradores en su racionalidad económica consideran estar haciendo un ahorro en la compra de los diferentes productos, en tal sentido se podría señalar que existe una persistencia en asistir a la feria.

Por las siguientes razones:

- Ofrecen relativamente precios más bajos que en el comercio formal.
- Queda la posibilidad del regateo de parte del cliente.
- Sobre la calidad se encuentra en los límites permisibles.

Se recogió la opinión de un comprador 44 años. obrero; 26 mayo 2013

"A veces tengo suerte cuando compro ropa pero otras veces es de mala calidad eso pasa cuando se compra ropa usada que se puede hacer nada seguir nomás"

3.8. Consolidación de la feria

En la medida que la actividad comercial se hace masiva con ganancias fijas asegura la permanencia de los comerciantes el cual lo evidencian físicamente con el pago individual de S/. 0.50 céntimos al SISA (Sistema Impositivo al Servicio Ambulatorio), dinero recaudado por el Municipio Distrital de San Juan Bautista. Según el reporte del Presidente entregan aproximadamente S/ 484.50 nuevos soles por cada feria dominical. Este pago económico en cierta

medida les otorga el derecho a permanecer y realizar la actividad ferial. Por los ingresos económicos señalados líneas arriba constituye un campo dinámico en la economía de estos comerciantes con oportunidad para la inversión.

Es más, podemos acotar que este espacio constituye un área de influencia para todo el Distrito de San Juan Bautista que siente los beneficio económicos mediante el alquiler de baños, cuartos como depósito, trabajos ambulatorios en la feria, etc. lo que también indirectamente beneficia a la ciudad de Ayacucho porque permite el surgimiento de nuevos giros de actividades comerciales.

Apreciación de un poblador del distrito de San Juan Bautista Sr. Manuel, 47 años: Entrevista, 16 junio 2013.

“A esta feria lo veo con mucho futuro ha crecido bastante, mueve mucha plata, vienen toda clase de personas en sí es una fiesta esta feria todos los domingos la gente espera que llegue la feria ya se han acostumbrado la misma gente de San Juan así como veo no va a desaparecer esta feria más bien va a crecer y todos se benefician”

Esta expresión reafirma de una manera objetiva cómo la feria se ha empoderado en el espacio físico y social en el Distrito de San Juan Bautista. Se ha constituido en un escenario de negocios beneficiando a diferentes sectores comerciales con un flujo constante de visitantes que acuden cada domingo a dicha feria.

Otro poblador del distrito de San Juan Bautista Sr. Dionisio 53 años, empleado público, entrevista; 12 agosto 2013.

“He comprobado que con la feria los vecinos se benefician, grandes y chicos, las familias alquilan sus baños, sus mesas, sillas por sus veredas cobran; los chicos llevan agua y hacen pedidos, las amas de casa venden comida, refrescos, gaseosas. Todos se benefician y queda dinero para la casa”.

Esta feria por acción de sus comerciantes para los logros alcanzados fue a través de la construcción de diversas estrategias en el tiempo mediante sus distintas gestiones y prácticas donde construyeron redes sociales (familias, amigos, paisanos) el cual en cierta medida los identifica y cohesiona.

CONCLUSIONES

1. La feria dominical de Las Américas de San Juan Bautista es el resultado de la búsqueda de fuentes de trabajo, están constituidos por pobladores desocupados de diversos lugares de Huamanga y en especial por pobladores migrantes del campo.
2. Es un espacio comercial, donde la oferta de los productos es al alcance de compradores de condición económica modesta.
3. La feria dominical de las Américas de San Juan Bautista es un espacio económico para los feriantes; en ella realizan sus transacciones comerciales con la finalidad de satisfacer las necesidades básicas de su familia.
4. Este espacio social se ha convertido en un atractivo de reuniones sociales de familias, amigos, paisanos, porque responde al mantenimiento de sus relaciones y expectativas que desarrollan en su vida social.
5. Las relaciones sociales de los comerciantes han establecido un proceso de integración dentro de su heterogeneidad, no tienen mecanismos de interacción entre ellos para consolidarse porque cuentan con intereses diversificados.
6. En su organización tienen un sentido de identidad compartida interactúan de manera informal estructuradas basados en las normas, valores y metas.

7. El universo simbólico de la feria se da dentro de un espacio de modelo de comportamiento identificando al grupo que pertenecen.
8. La jerarquía y valores son importantes en esta organización reconociendo en ellos que es bueno o deseable.
9. La competencia es en gran parte inconsciente e impersonal, existen en ellos deseos, voluntades, valores cada uno de ellos se esfuerzan por conseguir que prevalezcan sus propios intereses y valores.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aliaga, Lissette (2005) *Racionalidad económica redes sociales*. Las paradisitas y su mercado. Lima: IEP.
2. Baumanh, Zygmunt. (2001) *¿Qué es la globalización?* México: FCE.
3. Cardoso, Fernando (1987) *El cambio social*. Ponencia inaugural del Congreso Internacional de Sociología. En revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales N.127. México.
4. Comte, Augusto, (1995) *Sociología del Cambio Social*. Madrid: Alianza.
5. Enrique, Efraín (1983) *La feria S.J.B.* Tesis pregrado. Ayacucho: UNSCH.
6. Espinoza, Enrique y Tinoco, Felipe (1983) *El comercio en la ciudad de Ayacucho 1890-1930*. Tesis de pregrado. Ayacucho: UNSCH.
7. Firth, R. (Comp) (1974) *Temas de Antropología económica*. México: Fondo de cultura económica.
8. Golte, Jurgen, Adams, (1999) *Los caballos de Troya y los invasores*. Lima: IEP.
9. Grompone, Romeo (1985) *Tallenistas y vendedores ambulantes en Lima*. Lima: DESCO.
10. Godelier, M. (Comp) (1976) *Antropología y economía*. Barcelona: Anagrama,
11. De Soto, Hernando (1987) *El Otro Sendero*. (7ª Ed.), Bogotá: Printer Colombia LTDA.
12. Einsentad, S.N. (1979) *Ensayos sobre el cambio social y la modernización* Madrid: Tecnos.

13. Etzioni, A. (1978) *Los cambios sociales: fuentes, tipos y consecuencias*. México: Fondo de Cultura Económica.
14. Fundación Foessa. (1993) *Estudios sociológicos sobre el cambio social en España*. Madrid: Euroamérica.
15. Marx, Carlos y Engels, Federico, (1962) *Escritos Económicos varios*. México D.F.: S.A.
16. Moore, W. (1978) *El cambio social*. Buenos Aires: Paidós.
17. Polanyi, K. Arensberg, C. y Pearson, H. (1976) *Comercio y mercado en los imperios antiguos*. Barcelona: Ediciones.
18. Laurente, Mischa y Amalti, Percy. (1992) *Mercado dominical del Distrito S.J.B. Ayacucho: AN 157/Mis*.
19. Leal Fernández, Juan Felipe (1994) *La sociología contemporánea en FCP y S/UNAM*. México.
20. Rospigliosi, Fernando. (1987) *Los jóvenes obreros de los 80, inseguridad, eventualidad y radicalismo*. Lima.
21. Salcedo, José María (2002) *El jefe, de ambulante a magnate*. Lima: IEP.
22. Sánchez Fernández, J.O. (1986) *Modelos procesuales en antropología ecológica y económica, en agricultura y sociedad*.
23. Villamonte P., Juliana (2012) *Los Grupos Sociales*. Lima: Universidad del Pacífico.
24. Weber, Max (1922) *Estudios de metodología*. Madrid: Alianza editorial.

