



**CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES
EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

Kichwa otavalos en México
Viajeros y comerciantes modernizadores en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas

T E S I S
QUE PARA OPTAR AL GRADO DE
MAESTRA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

P R E S E N T A

TOA ELISA MALDONADO RUIZ

DIRECTORA DE TESIS

Carmen Fernández Casanueva

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas; octubre, 2014.

© Toa Elisa Maldonado Ruiz 2014
Todos los derechos reservados



**CENTRO DE INVESTIGACIONES
Y ESTUDIOS SUPERIORES
EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

**MAESTRÍA EN ANTROPOLOGIA SOCIAL
OCCIDENTE-SURESTE
PROMOCIÓN 2012-2014**

COMITÉ DE TESIS

Título: Kichwa otavalos en México. Comerciantes y viajeros modernizadores en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas

Alumna: Toa Elisa Maldonado Ruiz

DIRECTORA:

Dra. Carmen Fernández Casanueva

LECTORES:

Dra. Magdalena Villareal

Dra. Carolina Rivera Farfán

Dr. Antonio Silva Guendulain



DEDICATORIA

A todos los mindaláes kichwa otavalos...
A nuestros abuelos y abuelas...
A nuestros padres y madres...
A nuestros compañeros y compañeras de viajes...
A las futuras generaciones mindaláes.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todos los kichwa otavalos quienes tuvieron el tiempo y la paciencia de conversar y enseñarme sobre la vida de los mindaláes. No solo se convirtieron en informantes sino en amigos que me han apoyado y ayudado durante estos años de estudios fuera de mi país. Gracias a David, Clara, Edgar, Gladys, Lucy, Don Julián, Doña Elvia y Doña Etelvina por estar pendientes de mi y abrirme las puertas de sus casas.

Este trabajo no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mi familia, quienes a pesar de la distancia me han acompañado en todos los pasos de esta carrera. Gracias a mi madre, Luz Marina, por tener la paciencia, la palabra adecuada y el tiempo necesario para no dejarme caer en los momentos más frágiles. Gracias a mis abuelos Luis y Luz María, a mis tíos Luis, Gina, Samia y Toqui, a mis primos Sioui, Ati, Ankalli, Janayti, Kayna, Ramsi, Tikayri y Sofia quienes han estado conmigo y me han permitido estar con ellos a pesar de la distancia. Gracias a mis amigos y amigas que también han acompañado casi a diario este caminar, a ustedes les debo mucho Paty, Karina, Sisa, Diana, Fernanda y Gabriela. Gracias a Galo por el cariño, por permitirme conocer la vida de los mindaláes y enseñarme a vivir lejos de casa.

También estoy agradecida con Carmen Fernández, mi directora de tesis, quien me ha apoyado y ha tenido la paciencia de enseñarme y guiarme en este camino. No solo me guió como profesora sino como amiga en esta trayectoria de mi vida. Reconozco además la ayuda de mis lectores de tesis, Magdalena Villareal, Carolina Rivera y Antonio Silva, quienes leyeron, revisaron y ofrecieron comentarios y observaciones que permitieron mejorar este escrito.

Agradezco también al CIESAS Sureste y a todos sus profesores, especialmente a Graciela Freyermuth y a Enrique Eroza, quienes acompañaron mi trabajo pero también se convirtieron en buenos amigos. Finalmente, agradezco a CONACYT por el apoyo económico con el que fue posible culminar mis estudios y esta tesis.

ABSTRACT

Este trabajo reúne a través de varios testimonios, entrevistas, observación participante y revisión bibliográfica, la historia de los kichwa otavalos como comerciantes y viajeros alrededor del mundo y que han llegado a San Cristóbal de Las Casas para abrir un local comercial. Las redes y el capital social son elementos claves para entender las transformaciones y las dinámicas que construyen los kichwa otavalos en espacios y tiempos específicos que les permiten entender, negociar e insertarse en los mercados. Las estrategias comerciales son cada vez más novedosas e ingeniosas, por lo tanto construyen propuestas alternativas a la comercialización de artesanías étnicas que están en detrimento. Las políticas migratorias y tributarias también son elemento de discusión en esta investigación pues éstas facilitan o limitan a los empresarios kichwas, pero sobre todo nos permite entender cómo éstos responden, resisten o adaptan estas leyes para establecer sus negocios.

Palabras clave: kichwa otavalos, mindaláes, migración transnacional, redes y capital social, mercancías, valor simbólico y estrategias de comercio.

ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE MAPAS	10
INTRODUCCIÓN	11
ESTRUCTURA DE LA TESIS	15
CAPÍTULO I	17
ESTADO DEL ARTE	
1.1 Otavalo: luchas sociales, políticas y toma de espacios	17
1.2 Estudios sobre los kichwa otavalos en migración	22
CAPÍTULO II	34
ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1 Marco teórico sobre migración transnacional, redes sociales, capital social, mercancías y valor simbólico	34
2.1.1 Migración Transnacional	35
2.1.2 Redes Sociales y Capital Social	37
2.1.3 Mercancías y Valor Simbólico	40
2.2 Metodología	43
2.2.1 La Investigadora	48
2.2.2 Obstáculos y estrategias	49
CAPÍTULO III	53
TRAYECTORIAS MIGRATORIAS DE LOS KICHWA OTAVALOS, CONFORMACIÓN DE REDES Y CAPITAL SOCIAL	
3.1 Recorriendo el mundo. Los mindaláes y sus trayectorias desde principios del siglo XX.	53
3.2 Los kichwa otavalos llegan a México. Negociaciones y estrategias migratorias	60
3.3 Dimensiones de las redes y uso del capital social	69

3.4 Roles, negocios familiares y desmembraciones	76
CAPÍTULO IV	81
MERCANCÍAS, VALOR SIMBÓLICO Y ESTRATEGIAS DE COMERCIO	
4.1. Trayectorias y diversificación comercial	81
4.2 Estrategias de comercialización. Artesanías vs. Ropa Fashion	88
4.3 Orden negociado y régimen des-formalizado de las mercancías	104
4.4 <i>Vida Maskay</i> vs. Estabilidad	111
V. CONCLUSIONES	115
ANEXO FOTOGRÁFICO	124
BIBLIOGRAFÍA	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrevistas a comerciantes kichwa otavalos	47
Tabla 2. Población ecuatoriana en México	68
Tabla 3. Lista de propietarios y comercios de los kichwas en San Cristóbal de Las Casas	101

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. República del Ecuador y sus provincias	18
Mapa 2. Rutas de comercio en la Provincia de Imbabura	55
Mapa 3. Mapa de San Cristóbal y la ubicación de las tiendas de los kichwa otavalos	102

KICHWA OTAVALOS EN MÉXICO

VIAJEROS Y COMERCIANTES MODERNIZADORES EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS

INTRODUCCIÓN

Desde muy pequeña sabía que mis familiares viajaban por diferentes países del mundo. Aprendí que casi todas las familias kichwa otavalos¹ se aventuraban cada vez más lejos y que regresaban cada seis meses a la *llakta*² en donde compraban casas y carros. Por el tipo de ropa y accesorios que traían consigo se podía reconocer a qué país habían viajado y si su viaje fue exitoso o no. Mi familia producía suéteres de lana para exportarlos a Canadá, Estados Unidos y varios países de Europa. En varias ocasiones mi mamá viajó para comercializar artesanías otavaleñas en las calles y ferias de varios países. A través de los relatos y fotografías varios niños y niñas kichwas conocíamos diferentes lugares del mundo. El sueño de muchos de nosotros también era viajar por todo el mundo y conocer los lugares que nuestros parientes nos contaban, con otros idiomas, con otro tipo de gente, con nieve, con hojas cayendo. Varios viajaron cuando eran niños durante las vacaciones, otros viajamos cuando fuimos adolescentes. Viajar es un estilo de vida en los kichwa otavalos, un rito de paso obligatorio para la mayoría. Esto marca la diferencia entre los que se quedan y los que logran salir del país y vivir otros mundos.

El ex presidente del Ecuador, el Doctor Gustavo Noboa, mencionó en varias ocasiones que los kichwa otavalos somos considerados “embajadores culturales”, pues a través de nuestras artesanías y música difundimos la cultura kichwa y ecuatoriana en todo el mundo. Somos mindaláes, el equivalente a ser comerciantes y viajeros itinerantes. Hasta hace pocos años éramos fáciles de reconocer: los hombres llevaban siempre su trenza larga, sombrero, pantalones, camisa, alpargatas blancas y un poncho de lana negro, mientras que a

¹ Los kichwa otavalos viven en su mayoría en el Ecuador, un país reconocido como intercultural y plurinacional en la Constitución de 2008. En él existen 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas. La ² Llakta en kichwa significa tierra, terruño, lugar de origen.

las mujeres nos distinguían por la ropa tradicional: una falda larga negra llamada *anaco*, el cabello largo trenzado o envuelto con una cinta, las coloridas camisas y nuestros collares dorados llamados *wallkas*. Además, los productos que ofertábamos eran textiles elaborados en telares y de muy buena calidad, suéteres de lana, chalinas, entre otras artesanías producidas en Otavalo y de otros pueblos de Ecuador y de Sudamérica.

Cuando he tenido la oportunidad de viajar fuera del Ecuador siempre, en alguna plaza, parque, calle o incluso en el aeropuerto, he encontrado kichwas, algunos conocidos y otros que lograba reconocer por las características antes mencionadas. Caminar por las calles de otras ciudades y ver alguna artesanía de Otavalo, me hacía estar pendiente y saber que en ese lugar me encontraría con algún kichwa. Siempre acertaba, el poder de reconocer nunca me falló durante esos viajes.

Hace dos años llegué a México, a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas en el estado de Chiapas. Esta ciudad es un centro turísticamente atractivo, por lo que se puede observar gente de todas partes del mundo recorriendo sus calles. En este lugar donde se encuentra población mestiza, además de un gran porcentaje de indígenas de la zona, como los tzotziles y tzeltales, es posible encontrar varios negocios que pertenecen a extranjeros radicados ya algún tiempo en esta ciudad. Como siempre había encontrado kichwas en lugares turísticos, estaba segura que encontraría a alguno en este sector.

Cuando pasé por el mercado de artesanías vi varias mercancías peruanas y ecuatorianas vendidas por los comerciantes locales. No encontraba a ningún kichwa en la zona aunque veía los productos que usualmente comercializan. Al principio pensé que quizá solamente llegaban a entregar la mercadería, al por mayor, y que no estaban radicados en esta parte de México. Finalmente, encontré un kichwa que tenía una tienda en una de las calles turísticas. Me acerqué y lo saludé presentándome también como kichwa y que venía a estudiar en el CIESAS de San Cristóbal. Así supe que una familia que yo conocía desde hace varios años vivía en esta ciudad.

Pregunté dónde quedaba ese local y cómo se llamaba para ir a visitarlos. Es así que fui en búsqueda de un almacén que vendiera o exhibiera artesanías de Ecuador o de Perú y entonces encontraría algún kichwa otavalo. Para mi asombro, cuando logré encontrar el

local por su nombre, estuve incrédula, pues se trataba de un negocio que tenía ropa de moda y de un estilo muy europeo. De todas maneras, entré pensando que me había equivocado. Entonces me encontré con mis amigos kichwas y les comenté mi asombro al no haber reconocido su negocio como típico de los *runas* de Otavalo. Ellos se rieron de mí y me dijeron que los tiempos habían cambiado y que las artesanías de Ecuador y de Perú ya se habían “quemado”³ y, por lo tanto, no era más rentable trabajar con eso.

Así, día a día fui reconociendo que en San Cristóbal de Las Casas había un grupo de kichwa otavalos que habían modificado totalmente su área de comercio y poco a poco fui explorando y descubrí que habían más de 16 almacenes⁴ que vendían ropa moderna y más juvenil, producida en China o traída desde Estados Unidos y cuyos propietarios eran la gente de mi *llakta*. Pero, a pesar de que los kichwas están en todas partes, para mí fue de asombro que, los que se encontraban en esta ciudad, hubieran modificado tanto el negocio para seguir dentro de una tradición comerciante pero acoplándose a un entorno y a unas demandas mercantiles diferentes. Los comerciantes locales los reconocen como los “ecuatorianos”, “los modernizadores de San Cristóbal”⁵.

Es así, que decidí trabajar con los kichwa otavalos que se encuentran en San Cristóbal de Las Casas. Esta población, tradicionalmente comerciante y viajera itinerante, ha entendido las lógicas de los mercados globales y han creado estrategias que les permiten mantenerse en contextos cada vez más competitivos. Así, las artesanías fueron sustituidas por ropa “fashion” o de “marca”, promoviendo y construyendo otro tipo de mercado, así como también aparentemente dejaron su movilidad característica y se establecieron “temporalmente” en locales comerciales. Tema que no ha sido discutido por otros investigadores sociales y por lo tanto se convierte en un elemento importante de análisis

³ Adjetivo que se utiliza entre los comerciantes kichwas cuando una mercancía, un lugar o una actividad no es más rentable.

⁴ Eran 16 almacenes hasta agosto 2013. A partir de esa fecha fueron incrementando el número de negocios. Hasta julio de 2014 pude encontrar 27 locales.

⁵ Conversaciones con comerciantes chamulas en el mercado artesanal de Santo Domingo. Estos comerciantes habían conocido y compartido con algunos kichwas que participaban en las ferias realizadas en varias ciudades de México. Estos negociantes mencionaron que los mejores locales de San Cristóbal de Las Casas les pertenecían a los indígenas de Ecuador, “antes los locales del centro eran oscuros y todos iguales, desde que llegaron los ecuatorianos, ellos modernizaron San Cristóbal”. Diario de campo, 5 de junio de 2013.

frente a las dinámicas comerciales en las que deben involucrarse las poblaciones comerciantes y en este caso de los kichwa otavalos que se encuentran en México.

A partir de lo mencionado, el objetivo general de esta investigación se enfoca en identificar y analizar las dinámicas sociales y comerciales que permiten y motivan a los kichwa otavalos a establecerse e implementar sus negocios en San Cristóbal de Las Casas. Para poder estudiar este tema se han establecido varios objetivos específicos que buscan dar elementos de análisis para el caso de los kichwa otavalos en esta ciudad. Como primer objetivo se planificó registrar y entender el funcionamiento de las redes sociales internas, entre los mismos kichwas, y externas, con otros grupos sociales, así como la acumulación de capital social que les ha permitido el arribo, la permanencia y la implementación de negocios en esta ciudad. El segundo objetivo se enfocó en identificar los contextos sociales a nivel local y nacional, entre ellos los cambios de consumo en el mercado, las facilidades establecidas por el Estado mexicano para obtener estatus migratorios regulares, entre otros elementos que permitieron la llegada y el establecimiento de los kichwas en San Cristóbal de Las Casas. Finalmente, como tercer objetivo se propuso estudiar las estrategias y las diferentes dinámicas en las relaciones comerciales construidas por los kichwas para establecer negocios no artesanales en la ciudad.

ESTRUCTURA DE LA TESIS

La tesis se divide en cuatro capítulos. En el primero se presenta a los kichwa otavalos en la ciudad de Otavalo, lugar de donde provienen y la importancia de este grupo en la construcción de un movimiento político indígena en Ecuador, así también se realiza un balance sobre los estudios de migración de los otavalos donde retoman las investigaciones más relevantes que hacen referencia a las trayectorias y estrategias comerciales de los kichwas alrededor del mundo. Esto nos permitirá conocer las características de este pueblo como comerciante y viajero.

En el segundo capítulo se presentan los aspectos teóricos y metodológicos que orientaron la investigación. El marco teórico se enfoca sobre todo en conceptos como migración transnacional, redes y capital social, y mercancías y valores simbólicos, que son los ejes de análisis que permitirán realizar la lectura de los datos etnográficos. A partir de esta aproximación teórica también se presentará la metodología utilizada, describiendo los métodos empleados y el proceso de recopilación de datos donde se explicarán las dificultades y las estrategias elaboradas para acercarse al grupo y obtener los testimonios de los migrantes.

En el tercer capítulo, ‘Trayectorias Migratorias de los kichwa otavalos’, se hará un recuento de los viajes de los mindaláes dentro de Ecuador y luego en diferentes países del mundo. Se hablará también de cómo los kichwa otavalos llegaron a México, siendo un destino poco cotizado en las primeras décadas de su migración, para luego convertirse en un lugar de auge migratorio a partir del año 2000, cuando la obtención de visas era fácil y rápida; así también se planteará un antes y un después de la nueva la nueva Ley de Migración Mexicana entrada en vigor en noviembre del 2012. En este capítulo también se explorará la importancia de las redes sociales, en particular las redes o conexiones étnicas que han permitido a los otavalos movilizarse con mayor facilidad por los diferentes países. Se expondrá los distintos niveles en que estas redes actúan, desde cómo estas se construyen familiar o laboralmente, pero como también, actúan de forma menos directa; mediante información a través de conversaciones, ‘chismes’ o comentarios, entre kichwas en Otavalo o fuera de ahí, que les permite tomar decisiones sobre a dónde viajar, en qué invertir o en qué mercado introducirse. Se abordarán las formas de asociación de los comerciantes

kichwas entorno al grupo familiar, el rol de dichos grupos y cómo y cuándo es que estas asociaciones comerciales familiares se subdividen– la formación e independencia de un nuevo grupo luego del matrimonio de uno de los miembros, por ejemplo.

En el cuarto capítulo, ‘Mercancías, valor simbólico y estrategias de comercio’, se hablará de las Estrategias de Comercialización, de cómo las artesanías otavaleñas incursionaron con gran éxito en un mercado internacional, para poco a poco ir perdiendo su espacio, haciendo que los mindaláes tuvieran que sustituirlas por mercancías chinas e hindús. De esta manera también se podrá entender cómo los kichwas en San Cristóbal de Las Casas encontraron un mercado diferente al del turismo étnico y artesanal, para ingresar en un comercio más contemporáneo como la “ropa fashion” o la “ropa de marca” que atrae a una población distinta; que no necesariamente es turista. Será posible observar como las estrategias para promocionar sus negocios son cada vez más dinámicas, novedosas pero también más competitivas con otros comerciantes de la ciudad, y sobre todo entre los mismos kichwas. En este capítulo se realizará un acercamiento a otro cambio significativo en el *modus operandi* de los kichwa otavalos, identificando las características de las redes de comercialización de estas nuevas mercancías ofertadas por los kichwas y el “régimen des-formalizado”⁶ de comercio en el cual se insertan los negocios de estos comerciantes. Finalmente, *Vida maskay* vs. Estabilidad, es un apartado que se enfoca básicamente en describir y analizar el cambio de esa continua movilidad característica de los otavalos frente a una aparente estabilidad de los kichwas en esta ciudad.

Al final se presentarán las conclusiones, en donde se muestra una reflexión global de lo analizado a lo largo de la tesis, las aportaciones que se hace con esta investigación al tema de las redes y formas de comercialización de los kichwa otavalos, así como la presentación de nuevas líneas de trabajo en los que se puede ir profundizando a través de la información obtenida.

⁶ Término presentado por Hugo Rojas (2014) en su investigación sobre las formas de comercio de verduras en la frontera sur de México. Este término se explicará con mayor detenimiento en el Marco Teórico.

CAPITULO I. ESTADO DEL ARTE

Este primer capítulo se enfoca en la recopilación de investigaciones realizadas sobre la población kichwa otavalo, lo que permite introducir al sujeto, su lugar y sus procesos sociales, políticos y comerciales en lo local y en lo global. La primera parte se construye a través de varias investigaciones que hablan de los kichwas y de su papel en la ciudad de Otavalo y en el Ecuador desde una perspectiva económica y política. Esto nos permitirá entender la posición que tiene este grupo dentro del país y los diferentes procesos en los que han participado. La segunda parte es una recopilación de trabajos investigativos sobre los kichwas, el comercio y la migración. A partir de esta información se establece un punto de partida que permitirá entender los diferentes momentos, procesos y estrategias construidos por los kichwa otavalos en sus comercios y sus viajes.

1.1 Otavalo: luchas sociales, políticas y toma de espacios.

Políticamente el país de Ecuador está dividido en 24 provincias. Las Provincias se dividen en cantones y éstos en parroquias. La ciudad de Otavalo es la cabecera del cantón Otavalo y está ubicada en la provincia de Imbabura a 110 kilómetros de la ciudad de Quito, aproximadamente. Está ubicado a 2.565 metros sobre el nivel del mar. Otavalo es una de las ciudades más turísticas del país, a donde llegan visitantes nacionales e internacionales. Aquí se encuentra el mercado artesanal más grande de Sudamérica. La Plaza de Ponchos, como se le conoce a este mercado, es el lugar donde cientos de artesanos y comerciantes kichwas ofertan sus productos. A pesar de que el reconocimiento turístico de Otavalo es gracias a la presencia de sus artesanos y comerciantes kichwas, la historia de la ciudad muestra una transición entre un lugar exclusivamente mestizo a una ciudad intercultural.

Mapa 1: República del Ecuador y sus provincias



Otavalo, hasta los años 50, era una ciudad exclusivamente de mestizos. Las diferencias de espacios eran estrictamente demarcadas; el centro urbano era del sector mestizo y las comunidades, lo rural, pertenecían al sector indígena. El único espacio que “permitía” que los indígenas pudieran estar dentro de la ciudad, era la Plaza de Ponchos o el mercado de alimentos; sin embargo, existían otros espacios “prohibidos” en la ciudad como lo era el Parque Central también llamado Parque Bolívar. Al respecto Lema (1995), Guerrero (2000) y Hurtado (2003) relatan una de las prácticas más comunes de ese tiempo, que dan cuenta de las prácticas discriminatorias hacia los kichwas, cuando éstos ‘irrumpan’ en un lugar considerado restringido para ellos. Dicha práctica consistía en que los mestizos quitaban el sombrero o la *fachalina*⁷ al o la kichwa que cruzaba por el Parque Bolívar, y hacían de ellos un “platillo volador” o un “trapo volador”. Para recuperar su prenda, en algunos casos, los kichwas estaban obligados a “hacer un mandado” (barrer las calles,

⁷ Fachalina es un pedazo de tela rectangular utilizado por las mujeres para cubrirse del frío, parecido a un rebozo.

limpiar una casa, ayudar en alguna tarea). No importaba la edad del kichwa otavalo, tampoco era un hecho aislado, las mismas autoridades municipales –en concreto, los policías municipales- lejos de oponerse a tal práctica, la reproducían, sobre todo durante días de feria (sábados) que era cuando los *runas*⁸ iban (van) desde las comunidades a la ciudad a vender productos agrícolas o textiles. German Lema, en su libro *Los Otavalos*, relata este hecho particular:

“pagábamos los impuestos a los chapas [policías], que eran los agentes del municipio. Cuando tardábamos un poco al no poder vender, se abusaban quitándonos el poncho o el sombrero” (Lema, 1995:31).

Sin embargo, la larga tradición de tejedores y comerciantes, que ha caracterizado a los kichwa otavalos, permitió que a partir de los años 50, gracias al desarrollo económico, logrado sobre todo por la comercialización de artesanías en el exterior, algunos de ellos comenzaran a comprar terrenos en la ciudad y construir sus casas, rompiendo abruptamente con la “frontera étnica”⁹ que hasta ese entonces se mantenía. A pesar de que los espacios físicos comenzaron a asociar a mestizos y kichwas, en sitios como el municipio y los centros educativos, se seguía limitando el acceso de los otavalos¹⁰, por esta razón, crearon mecanismos de “mimetización”, con el fin de acceder a estos lugares predominantemente mestizos. Como una de las características que resaltaba su “diferencia” era el idioma kichwa y el uso del cabello largo y trenzado, los kichwas establecidos en Otavalo, decidieron hablar solamente en español a sus hijos ya nacidos ahí, y cortar el cabello a los varones. Esto les permitía “borrar las diferencias” entre ellos y los mestizos, y facilitar el acceso de sus hijos a los centros educativos. Es así que “A partir de los años 70, este desarrollo [económico] facilitó el surgimiento de nuevas élites indígenas compuestas

⁸ Runa en kichwa significa Ser Humano. En los últimos años mucha de la población kichwa se ha reivindicado como runa, como seres que se reconocen con una cultura, una tradición, una historia y un lenguaje. Para este caso, utilizaré la palabra *runa* como sinónimo de kichwa otavalo.

⁹ Frontera sería ante todo un límite cultural que deslinda una identidad establecida: marca una distinción de sí mismo, fija un grupo social que se auto-reconoce y diferencia de los demás. Vale decir, permite una suerte de conciencia social de grupo que se adscribe a sí mismo. La frontera étnica implanta una demarcación de, por una parte, un privilegio, un rango ciudadano y, por otra, la exclusión y negación. (Guerrero, 2000: 114, 120)

¹⁰ Otavalos hace referencia al grupo indígena perteneciente al pueblo kichwa otavalo, mientras que otavaleños se entiende como el gentilicio utilizado para las personas nacidas en la ciudad de Otavalo, pero básicamente permite especificar que se habla de la población mestiza.

principalmente por comerciantes, profesionales e intelectuales. Muchos de sus miembros han jugado un papel importante en el movimiento indígena de Otavalo y del Ecuador”. (Korovkin, 2000: 14)

Ya en los años ochenta comienza a producirse una búsqueda y reconocimiento de los derechos de los pueblos y nacionalidades indígenas a nivel nacional, también con los nuevos intelectuales kichwas con los que contaba Otavalo. Es por ello que muchos de los nuevos profesionales *runas* que se cortaron el cabello y hablaban sólo el español, comienzan a buscar un rescate cultural e identitario, pero también un reconocimiento político nacional. Estas luchas se empatan con el surgimiento del movimiento indígena y contribuyen a las movilizaciones de la década de 1990, que también se estaban generando en otros países de América Latina. A partir de este momento, inicia un poder político del sector indígena. A pesar de las luchas manifestadas, los procesos dentro de Otavalo, todavía eran de exclusión para los kichwa otavalos.

En los años ochenta y principios de los noventa, a partir del proceso de democratización, el Ecuador presenció el surgimiento del movimiento indígena que tuvo una representación masiva a través de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) y liderada por las comunidades indígenas campesinas de la Sierra, Costa y Amazonía. En 1990, la CONAIE organizó un levantamiento nacional que fue decisivo para las áreas indígenas campesinas, sobre todo de la sierra. La demanda de los movimientos indígenas, principalmente, era de tipo étnico-cultural y fue adquiriendo fuerza a través de los años. Este reconocimiento étnico rompe con el análisis estructural hasta ese entonces manejado hacia los sectores indígenas ya que plantean confrontaciones, reivindicaciones y propuestas específicamente de los pueblos originarios. Para ello, la CONAIE, en su plataforma política, establece 16 puntos para negociarlos con el gobierno, entre ellos el acceso a la tierra, el abastecimiento de agua potable y agua de riego, fondos para la educación bilingüe, la creación de agencias de crédito provinciales y regionales bajo el control de las organizaciones indígenas y la implementación de proyectos de desarrollo programados. Pero, la demanda nacional más importante fue la reforma de la constitución, para proclamar que el Ecuador sea declarado como un Estado multicultural y multinacional, con el fin de reconocer la diversidad cultural existente en el país. Este tipo de demandas y luchas sociales permitió que el movimiento indígena obtuviera un amplio

eco en la opinión pública y en los medios de comunicación social nacionales e internacionales (Korovkin, 2000; Sánchez-Parga, 1995; Almeida, Martínez, 1991; Ortiz, 2012).

Es a partir de la Movilización de 1990 que en la Constitución de 1998 se reconoce que en el Ecuador es pluricultural, en donde existen una diversidad de culturas, de idiomas, pueblos que son parte de este país. Este fue el logro más grande en la historia de los pueblos indígenas y afrodescendientes, pero sobre todo, es el reconocimiento de que éstos hacen frente a una historia de dominación, exclusión e invisibilización. El reconocerse no como un conjunto de personas homogéneas, “indígenas”, nombre impuesto desde la colonia y exigir que se los llame por su propio nombre, muestra la posición de lucha y de búsqueda de igualdad frente a una sociedad discriminadora, excluyente y racista. Como parte de este proceso, se inició con el uso de los nombres propios como: kichwa, shuar, a'ï cofán, siona, secoya, waorani, sápara, awa, chachi, épera, tsa'chi, shiwiar, achuar, manta-wancavilca, tagaeri, taromenane y pueblo afroecuatoriano. En el año 2008 se aprobó la nueva Constitución Ecuatoriana donde se reconoce al país como plurinacional e intercultural, contemplando la existencia de nacionalidades y pueblos indígenas dentro del territorio. Además, la Constitución se formó con propuestas y planteamientos realizados por el movimiento indígena, tomando en consideración el derecho humano al agua, el buen vivir o *sumak kawsay*, derechos de la naturaleza, entre otros.

A la par de los logros políticos, en la década de 1990, el ascenso económico del sector kichwa en Otavalo, comenzó a ser mayor que en décadas atrás, lo cual facilitó que existieran un mayor número de *runas* asentados en el sector urbano de Otavalo. Este poder económico también significó reconocimiento social entre los sectores mestizos pudientes de la ciudad, los cuales comenzaron a empatarse con las familias ricas de kichwa otavalo. Es así que para el año 2000, se lanza por segunda ocasión la candidatura de Mario Conejo Maldonado, el cual fue elegido como el primer Alcalde kichwa de Otavalo.

La población kichwa otavalo ha logrado abrirse muchos espacios de decisión cultural, política y social en el país. Las luchas de reivindicación identitaria lograron posicionar a los pueblos y nacionalidades indígenas en un ambiente de igualdad y de reconocimiento de sus derechos. Los flujos migratorios, en esta misma época, iban incrementándose

continuamente en la población kichwa quien buscaba mejorar su calidad de vida a través del comercio. Esto permite reconocer que los otavalos mantienen una movilidad transnacional, y que se encuentran inmersos en procesos locales y globales, de manera conjunta. Aunque los comerciantes hayan logrado tener éxito en los mercados internacionales, las artesanías otavaleñas empezaron a decaer poco a poco, lo que obligó a muchos a buscar nuevas mercancías que pudieran ofertar y que tuvieran buena acogida en los mercados. Esto directamente ha afectado a los productores kichwas que elaboran productos textiles y artesanías que se dedicaban exclusivamente a la exportación, por lo que tuvieron mayores dificultades para mantener su trabajo en Otavalo. En la actualidad, la Plaza de Ponchos, un lugar emblemático por la venta de artesanías y producciones kichwas, se encuentra saturada de mercancía china, hindú y peruana. Conocer lo que está sucediendo en otros espacios, como el de San Cristóbal, permitiría entender cómo estos procesos mercantiles mundiales están ligados directamente con los locales y cómo y a quienes afectan o benefician.

1. 2 Estudios sobre los kichwa otavalos en migración

Entre las primeras investigaciones realizadas directamente con población kichwa otavalo destacan *The Awakening Valley*, una recopilación fotográfica y de las actividades cotidianas de los kichwas, realizada por John Collier y Aníbal Buitrón (1949). Este libro promocionaba a los kichwas como productores textiles y campesinos. En este texto se documentan las tradiciones, fiestas, matrimonios, bautizos, entierros y el comercio en el mercado de la ciudad de Otavalo. En esta misma época se realiza la investigación de Elsie Clews Parsons (1945), *Peguche: Canton of Otavalo province of Imbabura – Ecuador*, cuyo principal interés fue entender cómo los habitantes kichwas de Otavalo se abrían campo frente a una transición del comercio local a un mercado internacional. Parsons enfocará su atención en la señora Rosa Lema, la primera mujer kichwa otavalo que viajó a Estados Unidos como Embajadora Cultural, bajo el auspicio del presidente Galo Plaza Lasso, y que estableció un parámetro en los demás comerciantes kichwas que empezaron a abrirse campo en los mercados del mundo.

Estos dos trabajos, publicados en Estados Unidos por la Universidad de Chicago, atrajeron a una diversidad enorme de estudiosos interesados en el tema, tanto en Ecuador, como en Estados Unidos, pero sobre todo, fueron trabajos que revitalizaron indirectamente la autoidentidad de los kichwa otavalos en las ciencias sociales. Estas dos primeras investigaciones permitieron establecer una imagen de los otavalos de una manera dinámica pero tradicional, siendo un referente para entender los cambios que se han generado en la población kichwa en estos años. Son investigaciones que instauran un punto de partida previo al boom económico de la artesanía otavaleña alrededor del mundo.

Debido a este interés creciente en la provincia de Imbabura, se presentaron varias investigaciones antropológicas llevadas a cabo sobre todo en Otavalo, dirigidas por el Instituto Otavaleño de Antropología (IOA) fundado en 1966. Esta institución trató de generar un espacio de reflexión académica frente a las necesidades sociales de la región, pero sobre todo se centró en salvaguardar las tradiciones que se debilitaban cada vez más en la zona. Sus investigaciones y publicaciones se enfocaron a temas folklóricos, etnomusicales, etnohistoria, arqueológicos, sociológicos y de la idiosincrasia de la población de Otavalo y sus alrededores. Esta institución publicó la *Monografía de Otavalo*, escrita por Álvaro San Félix en 1988, en donde se habla sobre la historia de Otavalo, y de alguna u otra manera se vislumbra la presencia de la población kichwa en el territorio perteneciente a la actual provincia de Imbabura. En pocas líneas se reconoce la tradición de los kichwas como mindaláes:

Hubo además un grupo itinerante, de élite, llamado Mindaláes, encargado del mercadeo de los más variados productos. Su status especial se debió a que tributaban en oro a diferencia de otros indígenas, lo que les daba una categoría superior, su tasa anual era alta: 4 pesos de oro. [...] En la zona de Imbabura y Carchi hubo diferencia en la manera de tributar ya que “los indios mercaderes no servían a sus caciques como los demás, sino sólo pagaban tributo en oro y mantas y chaquiras de hueso blanco y colorado (posiblemente perlas de concha roja y blanca). [...] Ponce de León deja constancia de que en Otavalo existían “indios mercaderes” mucho antes de escribir su Relación, y que luego, siguieron llamándose mindaláes. Durante el siglo XVI se dedicaron a comerciar desde la costa y región oriental con productos que por su calidad y escasez tenían la calidad de exóticos y un costo más alto; solamente podían adquirirlos los señores étnicos y los caciques poderosos, quienes protegían su accionar mercantil a cambio de regalos. [...] Su posición de agentes viajeros les ubicó en un lugar privilegiado en constante relación con jefes

civiles y militares, sacerdotes y nobles indígenas de apartados lugares, permitiéndoles servir de intermediarios, espías o mensajeros en misiones especiales (San Félix, 1988: 209, 210).

El interés cada vez más creciente por el sector, pero sobre todo por la población comerciante indígena de la zona, hizo que en los años 80 varios estudiosos se vieran atraídos por la población kichwa de Otavalo, entre los cuales se caracterizan D'Amico, Colloredo-Mansfeld, Meisch y Kyle. Lynda D'Amico en su tesis *Expressivitty, Ethnicity and Renaissance in Otavalo*, en 1993, reconoce los procesos de cambio y permanencia de valores culturales en Otavalo que son tomados simbólicamente por los kichwas, y presenta a un *runa* que es capaz de adaptar su identidad frente a un mundo globalizado y que le permite establecer un *plus* para la comercialización de su música y sus artesanías alrededor del mundo.

En 1996, la investigación doctoral de Rudi Colloredo – Mansfeld *Farmers, Weavers, and Textile Dealers: Material Culture, Economic Change, and the Making of an Indigenous Social World in the Ecuadorian Andes*, introduce el concepto de diáspora¹¹ frente al tipo de movilidad migratoria de los kichwa otavalos. Su propuesta, en esta investigación, trata de demostrar cómo este grupo étnico establece estrategias que le permiten ir regenerando su identidad a través del mercado internacional, el viaje y la diáspora. Para esto establece que estos comerciantes obtienen un aparente éxito debido a tres elementos: 1) estrategias que enfatizan su talento; 2) considerar el momento oportuno y el sentido común de los artesanos individuales y; 3) otros comerciantes que proponen y aprovechan las desigualdades estructurales en el mercado.

Mientras tanto, Lynn Meisch (1997) se enfocaría en entender cómo se construyen los procesos con los que los kichwas logran adaptarse a las leyes del mercado internacional y cómo utilizan su propia identidad para obtener un beneficio comercial. Su investigación *Tradicional Communities, Transnational lives: Coping with Globalization in Otavalo-Ecuador*, refleja a la sociedad kichwa otavalo y su capacidad de resistencia pero también de

¹¹ Las diásporas se han definido como comunidades que residen en el exterior de su tierra natal (Cohen, 1997) y que conforman circuitos migratorios transnacionales: distintos espacios geográficos que configuran una única comunidad a través de la continua circulación de personas, bienes, dinero e información (Rouse, 1991).

negociación frente a los efectos destructivos de la globalización en las culturas originarias. Además, reconoce tres períodos de migración de los kichwas: el primero hace referencia a los desplazamientos dentro del territorio ecuatoriano donde promueven su tradición textil en los años 40; el segundo momento donde los kichwas se convierten en viajeros y comerciantes de textiles hacia varios países de América Latina, Norteamérica y de Europa en los años 70 y 80; finalmente, el tercer período, en los años 90, cuando se genera el boom migracional de los kichwas alrededor del mundo con artesanías y música andina, llegando a varios países de Europa y Asia, lo que les permitió consolidar una imagen internacional del kichwa otavalo.

Meisch considera que una de las características más sobresalientes de los kichwas es el éxito económico logrado, especialmente después de la década de los años setenta gracias a su habilidad para situarse como “empresarios transnacionales” dedicados al comercio de artesanías, especialmente de textiles, y también como intérpretes de música folclórica. La autora analiza cómo los kichwa otavalo han podido enfrentar el proceso globalizador a través de su capacidad de negociación, y manejar exitosamente el acceso a los bienes materiales, la tecnología, la información, y el éxito económico, sin perder importantes rasgos culturales; demostrando, de esta manera, que la globalización no es un proceso infalible de pérdida cultural. Por lo tanto, la autora considera que los kichwa otavalo son un modelo atípico y de referencia obligada para los estudios sociológicos sobre las migraciones de esa época.

Para el 2000, David Kyle en su trabajo de investigación *The Transnational Peasants: The Social Construction of International Economic Migration from the Ecuadorian Andes* realiza una comparación de las estrategias migratorias de las poblaciones de Azuay y de Otavalo en Ecuador. Sin embargo, se enfoca en la gestión identitaria de los kichwas que les ha permitido históricamente construir su éxito como comerciantes. Es así que establece que el pasado mindaláe, reformulado en el siglo XX y su historia colonial y republicana, permiten explicar la vida transnacional que surge en los kichwa otavalo. Este trabajo también establece la existencia de un cambio importante en la producción y comercialización de los textiles indígenas. Si bien los kichwas copiaban y producían el paño inglés para ser vendido en varias ciudades del Ecuador, varios otros productores se enfocaron a moldear una producción en relación al creciente mercado local

para turistas y el deseo de artesanías nativas en el exterior. En el interior de las comunidades existía una competencia por alcanzar un mayor nivel de industrialización y, a la vez, una sobre producción, imposible de ser procesada por el mercado local, que forzó a la búsqueda de nichos comerciales internacionales. Para los años 60, según explica el autor, su principal cualidad no era su habilidad de tejer y suplir una demanda pre-existente, sino más bien su amplia identidad cultural como un “otro” exótico, era algo que se podía vender.

Por medio de la comparación de dos comunidades, una principalmente agrícola y otra artesanal, Kyle ilustra cómo los cambios económicos crearon en Otavalo, profundas desigualdades entre quienes han tenido acceso a la tierra o al comercio y quienes no, y enfatiza que el éxito atribuido a los otavalos se refiere solamente a la de una élite comerciante. Por lo tanto, en la configuración de la élite comerciante otavalo que “ya no estaba atada a sus lotes agrícolas o telares familiares” jugó un rol importante “la combinación de capital cultural y capital financiero y, el capital social con extranjeros poderosos” (Kyle, 2000).

Kyle establece varios momentos en la evolución de la artesanía local: la modernización de la economía indígena inició con la transición de la artesanía rural a una manufactura moderna, con telares mecánicos, la ampliación del comercio y la formación de un grupo social con raíces comunitarias pero que se movía autónomamente en el mercado. La vieja tradición textil de Otavalo se transformó con la renovación del diseño textil por la asistencia técnica de Naciones Unidas en los años cincuenta. Ya para entonces los artesanos indígenas viajaban por varias ciudades del continente, formando núcleos que sustentaban una red internacional de comercialización textil que incentivaba la renovación artesanal.

Estas cuatro investigaciones registran cambios importantes dentro de las actividades comerciales y económicas de los kichwa otavalos. Los flujos migratorios crecientes establecen ciertas características analizadas por estos autores. Los cambios en los valores culturales frente a un mundo globalizado y las estrategias de comercialización de artesanías y música se apoyan en la negociación de la identidad “indígena” (como ese otro exótico) permitiéndoles adaptarse a las leyes de un mercado internacional cambiante y generando un éxito económico como “empresarios transnacionales” gracias a una combinación entre el

capital social, capital financiero y un capital cultural que han ido construyendo a partir de sus experiencias comerciales transnacionales.

Otras investigaciones se van insertando en los trabajos enfocados en los kichwas, pero es Gina Maldonado, antropóloga y periodista kichwa otavalo, una de las pocas investigadoras pertenecientes a este pueblo que proporciona información sobre el autoreconocimiento de los kichwas frente a los cambios globales y su identidad desde una perspectiva intrínseca. Su libro *Comerciantes y viajeros. De la Imagen etnoarqueológica de 'lo indígena' al imaginario del kichwa otavalo 'universal'* (2004) reconoce que los kichwa otavalos se contemplan como un pueblo mindaláe exitoso y con tradición viajera y comerciante a través del tiempo y de generación en generación. La intencionalidad de este trabajo es la de proyectar “desde *adentro* el pensamiento y sentimiento del indígena y reflejar de esta manera una imagen real del otavalo y su identidad” (pg. 17). Son sobre todo los jóvenes otavalos los que construyen su identidad cultural lejos de los imaginarios tradicionales de lo indígena,

El *propriadamente dicho* indio que estaba marcado por el estigma de lo primitivo, lo inferior, que sólo podía ser campesino, analfabeta, artesano, ha sido reemplazado en la actualidad por el indígena de la modernidad, quien se define a sí mismo como *ciudadano del mundo* que se simboliza en el *indio* universal, que se sabe de todas partes y parte de todo (empresario, antropólogo, economista, sociólogo, político, viajero, etc.) (pg. 25).

Esta investigación, al igual que las de Kyle y Meisch, reconoce las transformaciones y estrategias elaboradas por los kichwa otavalos frente a un mundo cambiante: ser un “indígena” moderno sin perder los elementos identitarios de reconocimiento social dentro de la comunidad kichwa otavalo. La autora menciona también, cómo el kichwa ha construido la imagen de un viajero exitoso y próspero comerciante y se ha convertido en un referente de identidad étnica y cultural nacional e internacional. Viajar se convierte en parte fundamental de la identidad de los kichwa otavalos.

Sumado a los elementos visualizados por los otros investigadores, Angélica Ordóñez (2008), establece que la migración marcó el nacimiento de un grupo social y

agudizó las diferencias sociales entre los migrantes y los no migrantes, lo que desencadenó tres grandes tendencias: 1) el identificar a los kichwas migrantes a una imagen de éxito y progreso, mientras que los no migrantes se mantienen en la exclusión, el rechazo, bajo una imagen como “rurales” y pobres; 2) la persistencia étnico-cultural que permite construir un sentimiento de pertenencia comunitaria, y una identidad kichwa que se fortalece en la migración y; 3) la creación en otros países del mundo de espacios de reorganización social, donde los kichwas mantienen vivas las prácticas culturales y el nexos con la comunidad de origen, dejando de lado otros elementos culturales externos, como el idioma, la forma de vestir o las producciones artesanales permitiendo con ello, la combinación entre lo local y lo global, y la construcción de las identidades kichwas en la diáspora (págs. 79- 87).

Las diferencias sociales entre los kichwas que viajan y los que no es un tema que se desarrolla con mayor detenimiento en el trabajo de David Atienza (2009) *Viaje e identidad. La génesis de la élite kichwa otavaleña en Madrid, España*. En esta investigación se establece la diferencia entre los kichwas exitosos que pueden demostrar su superación a través de la compra de bienes inmuebles en la ciudad y vehículos, frente a los kichwas que no logran salir de la zona rural y quienes no han tenido la posibilidad de emigrar fuera del país. De la misma manera reconoce esta misma división en el caso de los kichwas que se encuentran en España en donde se construye una clasificación binaria básica: el kichwa que tiene permiso de residencia y los que no lo tienen. A partir de esta diferenciación, los comerciantes kichwas, sobre todo aquellos que tienen residencia, elaborarán un calendario laboral que permita establecer los tiempos de trabajo en Europa, los días de descanso, pero también los retornos a Ecuador. Los otavalos que no tengan sus documentos migratorios, muchas veces se verán en la necesidad de trabajar para otros kichwas bajo tiempos y situaciones laborales muy exigentes, o en ciertas ocasiones sus negocios dependerán de la buena voluntad de otros kichwas que estén en situación regular, para que a través de ellos se pueda acceder a ferias o para adquirir vehículos. En este caso Atienza no solamente se enfoca en la escala social que tienen los kichwas al regresar a Ecuador, sino también las formas de diferenciación que se establecen en el país de residencia. La importancia de los documentos migratorios y el estatus, en este caso, es relevante no solamente para los kichwas migrantes en España, sino para todos los kichwas y para el caso de esta investigación; para los que están en México. Se debe tomar en consideración que se han construido políticas migratorias cada vez más estrictas y por lo tanto los kichwa otavalos

deben sujetarse a ellas y en otros casos negociar con ellas. Los kichwas han construido varias estrategias para poder migrar y en este contexto las redes y el capital social son indispensables para poder lograrlo (una discusión más amplia sobre estos dos conceptos, claves para este estudio, se retomará en el siguiente capítulo).

Al respecto, Alicia Torres (2005), en su artículo *De Punyaro a Sabadell...la emigración de los kichwa otavalos a Cataluña*, establece que las relaciones de parentesco, tanto consanguíneas como rituales, están atravesadas por relaciones de poder: “Por tanto, los principios fundacionales de la comunidad indígena – como la reciprocidad y la igualdad – pueden ocultar situaciones de inequidad” (pg.434) . Para Torres, las redes de los comerciantes mindaláes son básicamente familiares, pues sirven como ayuda o apoyo en el establecimiento inicial.

“En el caso de estos empresarios indígenas transnacionales, no se trata de vendedores de fuerza de trabajo, sino de empleadores de esa mano de obra, quienes activan esas redes familiares pero no para brindar ayuda, apoyo, referencia para quienes llegan después, sino para recrear la base productiva de base comunal [...]” (pg. 444)

Es decir, los empresarios kichwa otavalos reclutan gente como vendedores ambulantes de artesanías y discos de música folclórica, acudiendo a relaciones de parentesco reales o ficticios. A cambio de la inversión del empresario en el pasaje, el emigrante no percibe salario hasta que complete el valor de lo invertido. El tiempo en que lo hace varía de acuerdo al “contrato” que suscriba, el cual se firma antes de partir. En la práctica, el tiempo que toma pagar ese pasaje se extiende por meses y a ese descuento se suman los costos de alimentación y vivienda que, en un principio, y mientras dura la deuda del boleto aéreo, estaba a cargo del empresario; es decir, el emigrante no tiene acceso a su “salario” sino varios meses después. (págs. 444, 445)

De otro lado, las motivaciones del emigrante “contratado” son las mismas que las de cualquier otro emigrante: acceder a un mejor ingreso, aunque en el caso de los kichwa otavalos, esta motivación tenga, además, cierto componente de “identidad”, como lo ha mencionado Maldonado (2004), pues la emigración para el comercio es algo cotidiano para estas personas y símbolo de prestigio. Cuando estos emigrantes regresan al país de origen,

“su lugar social” ha cambiado, pues este prestigio está asociado al éxito comercial en el extranjero y la presión del grupo puede significar que nuevamente intenten viajar. En algunos casos, estos emigrantes que habían sido originalmente contratados por otavalos empresarios, logran desconectarse de las redes de estos y se convierten en vendedores de fuerza de trabajo como empleados comerciantes o como empleadas domésticas, en el caso de las mujeres. Y, en el mejor de los casos, luego de pasado algún tiempo, él mismo puede convertirse en “empresario”, aunque no mantenga lazos con quien lo llevó la primera vez. (pg. 445)

Desde el año 2000, varios kichwa otavalos aprovecharon la facilidad para conseguir visas a México. Aunque no se trataba de un lugar comercialmente atractivo, muchos decidieron probar suerte y traer artesanías ecuatorianas a este país. Cada vez más fue creciendo la población kichwa, sobre todo a la ciudad de México, ubicándose en las calles del centro histórico. Es Antonio Silva Guendulain, quien observa a los kichwas en estas áreas de comercio y presenta su tesis doctoral *Globalización e identidades étnicas en movimiento en América Latina. Los migrantes Kichwas de Otavalo y los Triquis de Copala en la Ciudad de México*, siendo hasta el momento la única investigación en donde se habla del pueblo mindaláe en este país. Silva reconoce la importancia de las redes familiares y sociales, pues estas son las que le permitirán a los demás comerciantes kichwas aprender las estrategias de transporte y comercialización de las artesanías, así como la ayuda para establecerse en la ciudad.

Las redes de relación que construyen los kichwas a nivel internacional les van mostrando cuáles son los mejores lugares para migrar, en un sentido que les permita seguir desarrollando su comercio, pero a la vez que les posibilite contactos con otros kichwa otavalos para sentirse cómodos en términos identitarios, ya que las relaciones con los suyos en sus lugares de llegada les posibilita recrear sus formas de relación comunal. Como indígenas viajeros, los otavalos encontraron en la Ciudad de México un espacio que les permite mantener y recrear sus referentes identitarios con los que han sido caracterizados: viajeros y comerciantes. (Silva, 2012: 177)

Al analizar la trayectoria migratoria transnacional, pero sobre todo de entender las dinámicas comerciales de los kichwas, Silva identifica por un lado, que la mayoría de estos negocios son informales, pues no todos cuentan con locales o tiendas donde vender sus

mercancías, y por otro, que existen diferentes tipos de comerciantes: los empresarios a granel, los empresarios familiares y los trabajadores (pg. 179). En un breve resumen, Silva establece que los *empresarios a granel* son aquellos que tienen la capacidad económica de importar mercancías de Ecuador o de otros países y los venden al por mayor. Los *empresarios familiares* son quienes hacen participar a los miembros de la familia en la inversión y comercialización de los productos y transportan las mercancías como equipaje cada vez que viajan de Ecuador a México. Y, los trabajadores son las personas contratadas desde Ecuador por algún empresario para que trabaje en la venta de las mercancías. Estas personas solo ofrecen su fuerza de trabajo y transportan la mercancía cada vez que viajan.

Si bien al principio los comerciantes kichwas ofertaban artesanías hechas en Ecuador o Perú, como bufandas, suéteres de lana, bolsos, chalinas, entre otros, como identifica Silva, muchos de éstos ya no son rentables, pues el mercado está saturado con productos más baratos y más llamativos. Ahora se han introducido “productos chinos”, productos que provienen de “industrias maquiladoras que estandarizan sus procesos de producción y la calidad de sus productos, con la consecuente reducción de su precio en el mercado, y la posibilidad de que se distribuyen por igual en grandes ciudades y zonas comerciales” (Silva, 2012: 184). Aunque los comerciantes que caracteriza el autor, son en la mayoría ambulantes y por tanto no tienen un lugar fijo para la venta de mercancías como los kichwas en los que esta tesis se enfoca, su aporte nos permite ahondar en el conocimiento sobre las redes de comercio de este grupo de comerciantes migrantes, y reconocer las estrategias de diversificación comercial a las que han tenido que recurrir los kichwa otavalos para mantener sus negocios una vez que las artesanías otavaleñas han decaído.

La característica de continua movilidad y de comercio de los kichwa otavalos se asemeja a otros grupos como los de población china e hindú, quienes se caracterizan por una continua movilidad y redes familiares distribuidas por diversos países del mundo. Falzon (citado por López, 2010: 142) establece “que se encuentran en todos lados y que su presencia es sinónimo de negocio y comercios”, además que “mantienen una comunidad con vínculos familiares, de amistad y vecindad con un tejido social muy denso y cohesionado [...], las cadenas migratorias se utilizan en toda su extensión. El contacto y los vínculos con sus orígenes no se pierden, sino que son muy activos sobre todo para la

primera generación” (Beltrán, 2003: 138). Son poblaciones que se han especializado en la migración internacional, con una gran experiencia comercial, y que cuentan con estructuras sociales compuestas por familias nucleares, por lo que las expectativas de estos grupos consisten en ser propietarios de los medios de producción, es decir, que la familia dependa de sus propios recursos y no del trabajo asalariado. Para poder lograrlo, se establecen todo tipo de estrategias, por lo que se genera una proliferación de pequeñas empresas familiares cuyo desarrollo y expansión se observa constantemente en el espacio público. Sus empresas se basan en la implementación de negocios, en donde la mano de obra es familiar, una vez que la empresa se consolida y genera beneficios, se contrata a empleados, que pueden ser del nuevo lugar de residencia o de origen chino o hindú. Las ganancias se reinvierten en la apertura de otras empresas dentro del mismo sector o en negocios de mayor capitalización de ser posible. Algunas de las actividades a las que se dedican estas poblaciones es a la importación y exportación de productos de la China o la India, muchos abren negocios como bazares o tiendas de productos de regalo a bajo costo, tiendas de ropa, bolsos, zapaterías y bisutería, supermercados de comida, restaurantes, cybercafés, agencias de viaje, tiendas de libros, revistas, música, clínicas de medicina china, entre otros que podemos encontrar en varias ciudades alrededor del mundo. Esto muestra la dispersión espacial de sus actividades empresariales que permiten hacer rentable el negocio, y manteniendo la idea original de ser pequeñas empresas familiares.¹² Los kichwas, al igual que la población china e hindú que se dedican al comercio, mantienen características similares, como lo hemos podido ver, pues los negocios y las redes son en un principio manejados familiarmente, mantienen lazos de comunicación fuertemente arraigados a sus lugares de origen, además de que se movilizan constantemente en búsqueda de nuevos espacios donde negociar. Sin embargo, se diferencian de estos grupos, en tanto que no son necesariamente pertenecientes a un solo grupo étnico, identificable, como sí lo son los kichwa otavalos. En México, los kichwas han construido y mantenido relaciones comerciales con estas poblaciones, tal como lo veremos en el capítulo IV de esta tesis.

Este recorrido por los distintos trabajos realizados sobre los kichwa otavalos nos permite por un lado, entender de manera más clara su historia y evolución como comerciantes migrantes, y por otro, ubicar al presente estudio dentro de la literatura sobre

¹² Para información más detallada de la migración y el comercio chino véase Beltrán: 2003, Reis: 2010, Khadira: 2000, López Sala: 2010.

este grupo, identificando sus aportaciones. Para el caso que los kichwas establecidos en San Cristóbal de Las Casas, es posible observar muchas similitudes descritas y analizadas en estos estudios basados en investigaciones de este grupo comerciante en distintas partes del mundo. Sin embargo, se destacan también interesantes diferencias que son lo que impulsan a esta investigación. Una de las diferencias más evidentes es el aparente abandono de la movilidad y el comercio ambulante por la estabilidad y un negocio fijo, así como la habilidad de búsqueda de nuevos mercados en otras ciudades. Estas características diferenciadoras hacen que el trabajo etnográfico con un grupo de mindaláes establecidos en esta ciudad, abonen al conocimiento que se tiene sobre los kichwa otavalos. De esta manera, tomando en consideración el caso de los comerciantes otavalos en San Cristóbal de Las Casas, se resaltarán las dinámicas de cambio en las relaciones comerciales, económicas, espaciales y humanas que los kichwas utilizan como fortaleza y como mecanismo de adaptación al medio en el que se encuentran.

CAPITULO II. ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco teórico sobre migración transnacional, redes sociales, capital social, mercancías y valor simbólico

El marco teórico que se presenta para esta investigación va ligada a temas relacionados con la movilidad humana. Como destacamos anteriormente, la población kichwa se ha caracterizado por una tradición como viajeros y comerciantes. Han participado en las relaciones comerciales desde tiempos preincásicos y en la actualidad, han sido considerados como “embajadores culturales” por sus trayectorias migratorias dentro y fuera del Ecuador. Uno de los elementos clave para entender cómo el grupo de los kichwa otavalos se desarrolla, adapta y transforma como comerciantes y viajeros, es el análisis de sus redes sociales y el capital social relacionadas directamente con el comercio, las mercancías y el valor simbólico de estas, desde una perspectiva transnacional. La identidad, aunque no está considerada dentro del marco teórico como tal, pues no es objeto de esta tesis desarrollar un análisis entorno a ella, es un elemento que se irá desarrollando a lo largo del documento como eje transversal por ser un mecanismo que juega un rol en el funcionamiento, formación y evolución de sus redes sociales.

En este sentido, a continuación presento los elementos teóricos clave, que servirán como ejes de análisis para entender la información etnográfica que se ha recogido durante estos meses de investigación y brindan elementos importantes para el debate sobre los nuevos procesos de movilidad y de comercio construidos por los mindaláes radicados en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas en el Estado de Chiapas, México.

2.1.1 Migración Transnacional

La intensión de este acercamiento teórico a la migración transnacional es el entender cómo los migrantes se mueven entre una o más fronteras. La característica principal de los kichwas ha sido su capacidad para realizar viajes itinerantes alrededor del mundo, gracias a que han desarrollado la habilidad para mantener y establecer lazos tanto en los lugares de origen como en los de destino, permitiendo desarrollar y expandir su comercio y relaciones sociales, sin que las distancias afecten su cultura, su tradición y sus lazos familiares.

La migración en sus teorías más tradicionales, como la teoría neoclásica, consideraba que los sujetos que se desplazaban a otros lugares debían integrarse a su nuevo país y desarraigarse de su lugar de origen, como si se tratara de dos lugares totalmente independientes y donde debían construirse nuevas relaciones sociales (Glick Schiller et al. 1995). La teoría sobre la transnacionalidad surge para comprender la reacción de los individuos que se encuentran inmersos entre las fuerzas globales y donde definen las formas de vida habituales de los emigrantes, tomando en consideración sus actividades políticas, religiosas, económicas y culturales son desarrolladas en estos dos espacios, los de origen y los de destino, fundando un nuevo entorno sociocultural con interacción permanente en ambos espacios (Glick Schiller et al. 1995). Si bien las relaciones son posibles entre estos espacios, según Portes (1999) es la fluidez de la información y las facilidades de transporte las que han permitido que los movimientos migratorios aumenten progresivamente en los últimos años y que las relaciones familiares, comerciales, culturales o políticas se mantengan.

Para describir las experiencias sociales interconectadas de los transmigrantes, Glick Schiller y sus colaboradoras usan el término “campo social transnacional”, que hace referencia a un espacio construido por la redes familiares y múltiples lazos sociales, económicos, religiosos, y políticos, sostenido mediante intercambios económicos y de información más allá de las fronteras geográficas, culturales y políticas” (1994: 7). El concepto de “campo”, fue propuesto inicialmente por Pierre Bourdieu, quien define que todas las sociedades son espacios sociales cuya estructura contiene diferencias objetivas y que son entendidas como un principio de poder. Para Bourdieu la estructura de las sociedades es cambiante y dinámica, es un campo de luchas dentro del cual los agentes se

enfrentan, con medios y fines diferenciados, según su posición en la estructura del campo, y contribuyendo de este modo a conservar o a cambiar su estructura (Bourdieu 1997: 48, 49). Con base en esta explicación, es posible entender como los migrantes son sujetos creativos que construyen nuevos espacios sociales más allá de las fronteras nacionales, pero también son objeto de control y de nuevos proyectos de los Estado Nación en el país de origen y en el de destino.

A partir del enfoque de campo social transnacional, se pueden distinguir dos tipos de espacios: los nacionales y los transnacionales. Los primeros tienen una ubicación geográfica delimitada por las fronteras nacionales, mientras que los segundos trascienden fronteras mediante las conexiones que se construyen entre los actores. De esta manera, según explican Levitt y Glick Shiller (2003), el campo social es un campo virtual desterritorializado que no se sujeta a una localización geográfica, sino que responde a las relaciones de las personas y a sus imaginarios, por lo que la óptica de lo transnacional obliga a definir el espacio de un modo más social y menos territorializado, ya que supone un lugar imaginario formado por un sistema de relaciones, un ámbito no definido geográficamente, pero donde tiene lugar una forma de vida con sus propios parámetros cognitivos, afectivos y culturales (Levitt et al. 2003). No obstante, aunque estas autoras sugieren que se tratan de campos virtuales desterritorializados, es necesario mencionar que los migrantes tienen una referencia territorial identificable, pues a través de las redes las personas se encuentran relacionadas y mantienen como referencia al lugar de origen, en este caso a Otavalo en los kichwas y sobretodo en los diferentes lugares donde han viajado y comercializado sus productos. De esta manera, sus prácticas, vivencias, celebraciones y relaciones sociales, están ligadas a un lugar y a su forma de vida en éste, lo cual les permite insertarse en los nuevos territorios viviendo con elementos de su terruño.

Thomas Faist (2005), propone el concepto de “espacios sociales transnacionales” para describir y explicar los fenómenos transnacionales que se dan a través de los flujos de personas, bienes, información y símbolos en el proceso migratorio. Este enfoque asegura que el transnacionalismo no es un fenómeno fijo y acotado estructuralmente, sino un conjunto de lazos, posiciones en redes y organizaciones que atraviesan las fronteras de ambas naciones (pg.40). Esos lazos pueden ser tanto institucionalizados, como de naturaleza informal (vínculos familiares y emprendimientos informales de los migrantes en

sus relaciones con el lugar de origen y destino). Así, la solidaridad, la reciprocidad y, por tanto, el capital social, término sobre el que abundaré en la siguiente sección, son cruciales para el establecimiento de espacios transnacionales. Por esta razón, la migración transnacional no puede ser entendida como un fenómeno aislado, sino que está directamente vinculado a la existencia de redes y al capital social de los migrantes.

Desde este acercamiento al tema de la migración transnacional, me gustaría resaltar que la migración de los kichwa otavalos en México mantiene prácticas culturales, sociales, políticas y económicas arraigadas en el lugar de origen. Los kichwas viven en un “mundo transnacional” que se construye a través de las conexiones sociales, económicas, políticas y simbólicas entre los dos países, a través de los flujos de personas, objetos, dinero, símbolos, idioma, organizaciones sociales y prácticas culturales arraigadas en Otavalo, pero vividas en San Cristóbal de Las Casas, en otras ciudades de México y en otros países del mundo. Además, en los contextos migratorios los kichwas construyen campos sociales que les generan ventajas comerciales en los lugares donde se instauran, pues al construir estos espacios, debido a la combinación de factores como preponderancia en el sector comercial, conformación de redes familiares de inserción y también el tipo de mercancías que comercian, re-direccionan estos valores a su beneficio.

2.1.2 Redes Sociales y Capital Social

El concepto de redes sociales ha permitido estudiar a los colectivos que no necesariamente forman grupos pero que funcionan como tales. Una red puede ser descrita como el conjunto de relaciones que una persona tiene con una serie de personas que están a la vez vinculadas con otras personas (Mayer, 1999:110). Massey (1998) utiliza a las redes sociales para estudios migratorios, conceptualizándolas como “un conjunto de conexiones interpersonales que conectan a migrantes, ex migrantes y no migrantes en lugares de origen y destino, a través de parentesco, amistad y origen comunitario compartido” (pg.42), lo que permite alcanzar ciertas metas trazadas por los migrantes.

Para Portes (1995) las redes tienen diferentes dimensiones: el **tamaño** de la red hace referencia al número de personas que la conforman y la **densidad** es la cantidad de lazos que se construyen entre ellas. Mientras más grandes y densas son las redes son más

efectivas en desarrollar expectativas normativas y crear obligaciones de reciprocidad. Otra dimensión relevante de las redes es la **centralidad** que hace referencia a la distribución de poder que tienen los miembros, los cuales pueden mantener una relación horizontal, cuando el poder entre ambas partes es equitativo, o vertical, cuando una de las partes tiene más poder que el otro dentro de la red. Además se suman otras dos dimensiones de la red que son el **agrupamiento**, que tiene que ver con las diferentes densidades dentro de una misma red, en donde los miembros de la red tendrán más lazos con algunos integrantes que con otros, creando otras agrupaciones; y la **multiplexidad** que hace referencia a la superposición de diferentes tipos de lazos entre los miembros de una red – un miembro que es el empleador a la vez que el pariente de otro miembro, por ejemplo.

El concepto de redes también ha sido utilizado para estudiar las alternativas de sobrevivencia a la marginalidad, como el trabajo de Lomnitz (1975), quien establece que las redes están clasificadas en egocéntricas y exocéntricas. Las redes **egocéntricas** permiten que el individuo intercambie bienes y servicios recíprocamente con otro miembro de su misma red (relaciones diádicas). Las redes **exocéntricas** son aquellas que permiten que un miembro de la red tenga relaciones con miembros de su propia red y con miembros de otras redes. En las redes exocéntricas las relaciones con miembros de otras redes es de menor confianza, menos frecuentes y por lo tanto más inestables que con los de su propia red.

Las redes han sido empleadas también dentro de los estudios sobre el acceso a los mercados de trabajo y modos de producción. Dentro de estos, Granovetter (1995) establece que las redes pueden referirse a grupos de parentesco, amistad, paisanaje, mercantiles o religiosos, además que permite entender al migrante como un nodo que se conecta con otras personas a través de lazos y cuya fortaleza depende del nivel de proximidad, la intensidad emocional y la reciprocidad de los servicios que se presten unos a otros. Así, existen los **lazos fuertes** – que implican frecuencia e intimidad de los contactos por lo que generan y fortalecen la confianza – como los de parentesco y amistad, y los **lazos débiles**, que sirven de puentes de comunicación e intercambio con otros grupos. De esta manera Granovetter afirma que las personas con más conexiones tendrán más oportunidades de obtener mejores recursos.

La construcción de redes es un elemento importante en los procesos migratorios, pues a través de estas circula gente, bienes e información creando un *continuum* social entre las comunidades de origen y de destino (Massey, 2008). De esta manera las redes permiten al migrante en el extranjero conseguir trabajo, alimento, ayuda, transporte y un acercamiento al nuevo contexto social. Estas redes van surgiendo gradualmente como un movimiento migratorio que va más allá de los individuos y que incluye un amplio sector de la comunidad. Cada nuevo migrante crea un grupo de gente con conexiones potenciales en el país de destino que se extienden rápidamente, y la calidad de los lazos aumenta a medida que la gente aprende a vivir y trabajar en el país de destino. Mientras estos lazos se fortalecen, se reducen los costos de migración y animan a otros a probar suerte. Cuanta más gente emigra, mayor es el número de personas involucradas en el sistema de relaciones. La red se extiende hasta el punto en que casi todos los miembros de la comunidad de origen tienen una conexión con alguien con experiencia migratoria (Massey et al., 2008: 179-180).

Las redes sociales permiten adquirir capital social y mejorar la experiencia de la migración. Según explica Portes (1995: 120), el capital social es “la capacidad de los individuos para movilizar los recursos escasos en virtud de su membresía a redes o estructuras sociales más amplias [...] los recursos mismo no son capital social; en cambio, el concepto se refiere a la habilidad del individuo para movilizarlos de acuerdo a sus requerimientos”, aunque el capital social no es tangible, como explica Coleman (1998) como otros tipos de capital, permite y hace posible el alcanzar ciertas metas trazadas. Bourdieu (1997: 132) define también al capital social, explicando que este es “la suma de los recursos reales o virtuales que corresponden a un individuo o grupo en virtud de su pertenencia a una red duradera de relaciones más o menos institucionalizada de conocimiento y reconocimiento mutuo” .

Desde la perspectiva de Long (2007) el capital social está incrustado en un conjunto de relaciones situadas en la sociedad y definidas por la cultura:

Estas conexiones y compromisos adquieren importancia particular una vez que son activadas por actores específicos en cooperación y/o competencia con otros en un esfuerzo por lograr acceso a los recursos críticos, o en el intento de negar o bloquear el acceso a otros. Tales recursos no sólo comprenden beneficios materiales o tangibles, sino también propiedades menos tangibles como conocimientos,

habilidades, confianza, valores compartidos, principios organizacionales y representaciones” (Long, 2007: 253).

El mejor desempeño de una persona se debe a que están mejor conectada. Algunas personas y ciertos grupos están conectados con algunos otros, confían en ellos, los apoyan y dependen del intercambio que se dé entre sí (Burt, 2006: 32). Desde esta perspectiva, el capital social es relevante en el desempeño de las personas dentro de una sociedad, pues les permite obtener un mejor trabajo, mejor salario, mejor educación entre otras ventajas.

Las redes son elemento crucial para entender las experiencias migratorias de los kichwa otavalos, pues la mayoría conforma sus redes familiares, como lo establece Torres (2005), pero es debido a la relación con otros grupos sociales y otras personas pertenecientes a otras redes, que ha sido posible llegar cada vez más lejos y posibilitar la experiencia migratoria transnacional. A través de los continuos viajes, los kichwas van adquiriendo mayor capital social, lo que les permite entender el funcionamiento de los mercados y las mercancías, de las normativas y leyes en los lugares de destino, e incluso cómo negociar con éstas; les da también el suficiente conocimiento para generar alternativas ante barreras y dificultades que se van encontrando. El capital económico es sin duda importante para el establecimiento de sus negocios en diferentes países, pero es sobre todo la información obtenida a través de ‘chismes’ o comentarios, entre kichwas en Otavalo o fuera de este grupo, lo que les permitirá tomar decisiones sobre a dónde viajar, en qué invertir o en qué mercado introducirse. El capital social les permite ‘movilizar’, como menciona Portes, a ese ‘chisme’ y a ese conocimiento sobre el funcionamiento de las reglas aduanales y migratorias, sobre los cambios en las tendencias del mercado, sobre como negociar con proveedores y otros comerciantes, en un recurso en beneficio de su quehacer como comerciantes viajeros.

2.1.3 Mercancías y Valor Simbólico

Los kichwa otavalos han sido considerados como mindaláes, un grupo de élite especializado en el arte del comercio (APAK, 2012). Su área de trabajo básicamente es/era la comercialización de artesanías elaboradas en los talleres de varias comunidades aledañas a Otavalo y llevadas para ser ofertadas fuera del país. Estas artesanías se ofrecían por los

comerciantes kichwas como el modelo simbólico de su identidad indígena, las cuales no solamente estaban determinadas por su valor económico, sino por la carga simbólica de pertenencia a un grupo indígena y por lo tanto representar lo “exótico”, que es lo que demanda(ba) el mercado internacional.

Para esta investigación me enfocaré en las mercancías y el valor simbólico que socialmente se construyen sobre éstas. Desde esta mirada pretendo explicar las formas y las estrategias de comercialización construidas por los kichwa otavalos, ya que aprovechan los valores simbólicos sociales de sus productos para su comercialización “exitosa” en los diferentes mercados en los que incursionan, tanto en el comercio de artesanías étnicas como en el caso de los comerciantes kichwas en San Cristóbal con mercancías más novedosas, “fashion” o “de moda”.

Desde una perspectiva antropológica, autores como Narotzky (2004) y Polanyi (2009) establecen que la economía se define como una serie de relaciones sociales que están ligadas con un ámbito de actividades específico –como el de la producción, distribución y consumo de bienes materiales y, con otras actividades sociales que no necesariamente tienen que ver con la economía, pero que implican intercambio y la utilización de bienes materiales. Narotzky añade que todas las transacciones serían entendidas como un hilo que crea y sostiene la trama social a largo plazo: sólo que el sistema mercado oculta otras transferencias materiales, políticas y simbólicas que están detrás de las mercancías.

El modelo de mercantilización tiene sus inicios en la explicación de Marx sobre la noción de mercancías y de cómo éstas entran en existencia. “Las mercancías entran en el mundo en forma de valores de uso o bienes materiales, tales como hierro, lino maíz, etc. Ésta es su forma sencilla simple, natural. Sin embargo, son mercancías únicamente porque tienen una naturaleza dual, porque son al mismo tiempo objetos de utilidad y portadores de valor” (Citado en Long, 2007: 189); de esta manera, es el dinero la forma social de medir su valor de intercambio de las mercancías. Rojas (2014) retoma la idea de Douglas e Isherwood quienes reconocen que la forma de encontrar el valor construido de las mercancías se dan por los significados culturales que se van adhiriendo conforme circulan, y por las acciones concretas que desencadenan su enunciación. En otras palabras, “el

ejercicio consiste en fijar la atención en la capacidad comunicativa que tienen los bienes para emitir mensajes sociales, estéticos, crear deseos y generar acciones en un contexto predeterminado” (pg. 40).

Desde esta perspectiva, Simmel (1997) añade que el valor de los bienes se da por las subjetividades relacionadas con sentimientos (deseo) hacia los bienes y sacrificios (dinero) realizados por los individuos para poseerlos. Para Simmel, “el valor de un bien no es, en ningún caso, un atributo, sino es un juicio sobre las cosas que el sujeto formula” (1977: 23). Frente a esta aparente ambivalencia entre la subjetividad y la objetividad, Ritzer (citado por Rojas, 2014) recurre al ejemplo de la moda. La moda es un asunto individual y subjetivo; ‘estar a la moda’ implica sacrificios personales pero es al mismo tiempo una cuestión social regida por cánones preestablecidos socialmente y determinada por cierta posición social y económica. No obstante, cuando ese deseo por un tipo de moda es poseído o disfrutado por muchos, pierde su significado de exclusividad. Nuevamente inicia una búsqueda de sensaciones bajo la creencia de buscar una autenticidad, impulsando nuevos deseos por otras tendencias las cuales no existen aún. Frente a esto, Appadurai (1991) implanta una propuesta de valor a los productos, que es dada por fuerzas o grupos de poder interesados en que ciertas mercancías tengan determinados significados, pero además el valor está definido por los sentimientos que los individuos tienen sobre las mercancías. De acuerdo con esta premisa, lo que crea el valor de un bien y anima su movilidad son las imposiciones, las negociaciones o el acuerdo entre individuos y grupos sociales para definir cuáles cosas son valiosas.

Frente al comercio y las mercancías existe un argumento muy generalizado en las ciencias sociales, que es suponer que existe una separación de los procesos económicos formales, de los llamados informales (Castells y Portes: 1989). La economía formal se concibe como un ámbito regulado institucionalmente; en los que se pagan impuestos, registros aduanales y que le dan su connotación de legal a las mercancías, sus medios de distribución y su venta; en contraste, los procesos económicos informales, son los que quebrantan todos estos mecanismos institucionales y están centrados en la irregularidad. Pero esta manera de ver la economía es netamente un discurso político. En la práctica, en la economía cotidiana esta separación no existe, y más bien, como Castells y Portes lo han

apuntado, son procesos totalmente articulados. Frente a esta legalidad/ilegalidad, Rojas (2014) reconoce la presencia de un campo social entre los “empresarios” y el “orden legal” en donde se ilustran los poderes: las voluntades y los mecanismos que interfieren en el tránsito y significados que poseen las mercancías. De esta manera establece que existe un “orden negociado” y un “régimen des-formalizado” de circulación de mercancías. El orden negociado hace referencia a que el sistema del estado es una entidad racional, cuyos lineamientos políticos y acciones produce un orden frente a los circuitos mercantiles y que están regulados por procedimientos burocráticos que indican lo que es legal y lo ilegal. La propuesta de un régimen des-formalizado hace referencia a un campo de fuerza en donde se preestablece la posición de los comerciantes y se preparan los códigos de operación de las arenas sociales, es decir, da a los comerciantes una jerarquía, con códigos de juego manipulables y dinámicos (Rojas, 2014: 169).

Como se verá en el capítulo 4, los kichwa otavalos han logrado reconocer el valor simbólico de sus productos. Las artesanías tenían cierta lógica de valor comercial que hacía referencia a ese “otro exótico”, por lo tanto su valor era diferente. Las mercancías chinas e hindús también poseen un valor simbólico diferente, pero las mercancías “fashion” o “modernas” imprimen un tipo de valor distinto a todas las demás y se inserta en un mercado con un consumidor diferente. Por esta razón, las estrategias adicionales (como la remodelación de los almacenes para que luzcan más modernos, la decoración, los logos, incluso las bolsas plásticas) imprimen un tipo de valor a las mercancías que venden los kichwas en sus tiendas, por lo tanto son elementos de interés para esta investigación. Pero todo esto además va de la mano con entender la circulación de las mercancías: legal o ilegal, o más bien, un nuevo orden negociado, un régimen des-formalizado.

2.2 Metodología

La presente investigación es de carácter eminentemente cualitativo, en tanto la transnacionalidad, las redes, el capital social y el comercio en los kichwa otavalos constituyen prácticas significantes que requieren ante todo un trabajo de comprensión. Por esta razón para este estudio son pertinentes las metodologías cualitativas ya que permiten acercarse tanto a las motivaciones, estrategias y procesos que los kichwa otavalos construyen para el viaje y la instauración de sus negocios, además de su gran valor ético en

tanto que posibilita la construcción de un conocimiento dialógico, resaltando la “voz de los actores” y permitiendo conocer la forma en que interpretan sus propias experiencias y dan sentido a sus prácticas, lo que se confronta con las percepciones y representaciones del investigador sobre su propia experiencia y la de sus interlocutores. Por esta razón, se estableció una metodología etnográfica de corte geertziano (Geertz, 1997), en la cual un evento socialmente denso condensa estructuras de significación sobre la vida social y política de un grupo humano y que brinda información relevante, a través de una descripción densa de las interacciones.

La etnografía fue el punto de partida para la investigación, en tanto buscaba el contacto cercano con los kichwa otavalos, para poder compartir experiencias de vida, relatos sobre sus viajes y sus experiencias migratorias, así como también conocer las estrategias y las dinámicas que han optado para poder establecer sus negocios. Para poder acceder a esta información se requirió de un acercamiento más “familiar”, interactuar con las personas a través de varias visitas a sus negocios, a sus fiestas e incluso a conocer cómo y dónde comercian. Las relaciones establecidas con los kichwas, me permitieron entender las lógicas con las cuales construyen sus negocios, cómo las redes familiares y sociales son importantes para el establecimiento de sus empresas familiares y cómo éstas apoyan o limitan a nuevos kichwa otavalos a involucrarse en determinadas áreas de negocios. Dentro de las entrevistas realizadas, las conversaciones se manejaron con mucha cautela, pues había una grabadora de por medio, sin embargo, en la cotidianidad, la información fluye con mayor libertad. De esta manera, interactuar con los comerciantes kichwas como una persona más, no como investigadora ni estudiante, sino como una amiga o conocida, permitió tener mejor acercamiento y facilidad para obtener datos de relevancia para esta investigación.

Este trabajo empezó indirectamente desde agosto de 2012, en donde se dio el primer encuentro con población kichwa en San Cristóbal de Las Casas. Desde esta fecha se realizaron los primeros acercamientos y observaciones a los negocios de los kichwa otavalos, para luego proponer la realización de la investigación con este grupo específico. Básicamente la investigación se realizó en las calles principales de San Cristóbal de Las Casas, en el Andador Eclesiástico y la Calle General Utrilla, lugares donde se encuentran mayoritariamente los kichwas con sus locales comerciales. El trabajo de campo más

estructurado y mejor planteado se realizó de agosto a diciembre de 2013. Durante este tiempo se aprovecharon además varias invitaciones para visitar a otros kichwas que se encuentran en la ciudad de México, San Miguel de Allende y Tepic, en donde participaban en ferias o eventos turísticos, lo cual permitió establecer una diferencia entre los kichwa otavalos ubicados en el resto de México y los kichwas radicados en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, sus formas de trabajo, los productos que venden, así como sus estrategias de comercio, no con el ánimo de realizar un estudio comparativo entre estos dos tipos de comerciantes, sino como elemento básico de comprensión de trabajo entre los demás kichwas radicados en el resto del país y los comerciantes otavalos radicados en San Cristóbal.

La propuesta de esta investigación es la de registrar y entender el funcionamiento de las redes sociales y el capital social (familiares y de comercio) que han construido los kichwa otavalos para permanecer e implementar sus negocios en esta ciudad. Dos grandes elementos que nos hablan de las relaciones que hacen posible la migración y el establecimiento de los comerciantes en un lugar. Si bien entendemos que las redes sociales son posibles por las diversas conexiones que se generan entre las personas, es necesario entender cómo éstas han aportado elementos indispensables para los comercios de los kichwas. Las relaciones de parentesco o de amistad no son las únicas que han permitido la migración de los kichwas, sino también miembros de otras redes que han brindado información o recursos que facilitan la puesta en marcha de los negocios. Estos lazos permiten construir capital social, el cual puede ser compartido con los demás miembros de la red, o será guardado sigilosamente para la decisión de viajar, establecer sus comercios o innovar continuamente para obtener mejores resultados en sus negocios.

La migración transnacional, las redes, el capital y el comercio se encuentran estrechamente ligados en esta investigación, por lo tanto las técnicas utilizadas para recopilar información para este trabajo, van enfocadas a estos 4 temas. La realización de entrevistas permitió obtener información sobre las experiencias migratorias, la construcción de redes con apoyo familiar o con otras personas fuera del vínculo familiar y sobre las experiencias de viajes previos. Para esto se realizó una guía de entrevistas semi estructurada que permitiera dar lineamientos claves para obtener información. En San Cristóbal se encuentran asentadas 10 familias kichwas, entrevistando a al menos una persona por

familia¹³; en total se logró realizar 12 entrevistas a los comerciantes, además de las entrevistas que se efectuaron a kichwa otavalos radicados en el resto del país y realizadas en los viajes antes mencionados.

Para profundizar información sobre los contextos sociales en los que se daba la migración, la conformación de redes y capital social, y los procesos de diversificación comercial (de las artesanías otavaleñas a ‘ropa fashion’), se realizaron tres registros de vida, enfocados sobre todo a las personas mayores de la comunidad kichwa establecida en San Cristóbal de Las Casas. Los cursos de vida se elaboraron durante varias visitas y varias conversaciones formales e informales, lo que permitió obtener información más detallada y la posibilidad de ahondar en ciertos temas que son relevantes para esta investigación. Es importante recalcar que para la escritura de este documento, los nombres y apellidos de todos los entrevistados han sido cambiados por razones de seguridad, y debido a que se tratarán temas que podrían ser “sensibles” con respecto a algunas de las prácticas comerciales, he decidido también hacer ciertas modificaciones en la información para proteger la identidad de mis informantes. En la siguiente tabla, presento algunos detalles de las entrevistas realizadas:

¹³ Las entrevistas se planificaron con anticipación, ya que los tiempos de trabajo de los kichwas son de domingo a domingo, desde las 9h00 a 21h00. Los lunes son días de menor actividad, por lo que las entrevistas se realizaron en los tiempos y días determinados por los comerciantes. Aunque todos permitieron que se les hiciera las entrevistas, la propietaria de una de las primeras tiendas en la ciudad me pidió disculpas pues no estaba interesada en participar, debido a sus horarios de trabajo y en su casa con sus hijos. Por esta razón, la investigación se basa en las 9 familias restantes.

Tabla 1: Entrevistas a comerciantes kichwa otavalos

No.	Nombres y apellidos	Edad	Lugar de procedencia	Lugar de residencia	Tipo de negocio
1	Diana Gramal	25	Quinchuquí	San Cristóbal	Fashion
2	Ana Fichamba	29	Quinchuquí	San Cristóbal	Fashion
3	Patricia Cabascango	29	Quinchuquí	San Cristóbal	Fashion
4	Sisa Maigua	27	Agato	San Cristóbal	Artesanal
5	Kory Gramal	32	Agato	San Cristóbal	Fashion/ mayoreo artesanal
6	Marina Gualsaquí	43	Quinchuquí	San Cristóbal	Artesanal
7	José Ruiz	23	Otavalo	San Cristóbal	Fashion
8	Ernesto Gramal	57	Quinchuquí	San Cristóbal	Mayoreo artesanal
9	Diego Maigua	59	Agato	San Cristóbal	Artesanal
10	Amaru Burga	23	Carabuela	San Cristóbal	Fashion
11	Freddy Cahuasquí	29	Perú	San Cristóbal	Fashion/artesanal
12	David Flores	32	Otavalo	México DF	Artesanal
13	Paúl Farinango	29	Peguche	México DF	Artesanal
14	Rodrigo Matango	35	Otavalo	San Miguel Allende	Artesanal
15	Luis Tixicuro	29	Otavalo	Tepic	Artesanal
16	Etelvina Pillajo	56	Quinchuquí	San Miguel Allende	Artesanal

Debido a la dinámica de los comerciantes kichwas y los tiempos limitados por su ritmo de trabajo, se priorizó la observación participante. Tuve la oportunidad de que los kichwas me permitieran visitarlos en sus locales y negocios y de esta manera “conversar” y a la vez tener la posibilidad de ver sus tiendas, el tipo de mercancías que ofrecen, sus horarios de trabajo y sus estrategias comerciales. Esto además, me permitió ver las relaciones sociales que se han ido construyendo entre los mismos kichwa otavalos y la población de San Cristóbal, esta relación cotidiana, comercial y social.

El trabajo de campo realizado, se complementó con la revisión bibliográfica, que tuvo el objetivo de conocer y entender mejor la historia y los procesos de migración de los kichwa otavalos, así como la identificación de varios contextos sociales, a nivel local,

nacional e internacional que han facilitado la llegada, el establecimiento y las políticas migratorias mexicanas que han permitido que los kichwas se radiquen en San Cristóbal de Las Casas. Se revisaron datos estadísticos de la migración a México de población ecuatoriana en general, investigaciones de kichwa otavalos en migración, entre otros.

2.2.1 La Investigadora

Mi interés en esta investigación está ligada con mi propia historia. Como he mencionado, provengo de una familia mindaláe, donde mi abuelo y mi madre producían y comercializaban en el extranjero varios textiles de lana. Yo nací y crecí en este contexto. Los viajes, los negocios y las aventuras transnacionales no me son extrañas. Mis amigos y mi familia siempre me han contado sus experiencias como comerciantes y viajeros. Yo misma he intentado trabajar de esta manera, sin mucho éxito. Todas estas experiencias siempre me han llevado a querer plasmar y escribir acerca de lo que he contemplado y he aprendido.

Al querer aproximarme a lo que he descrito de los kichwas en San Cristóbal, estoy consciente de que pertenezco a este pueblo migrante, me he preguntado cómo puedo realizar un análisis coherente siendo parte del grupo, sin dejar de cuestionarme y cuestionarlos; cómo lograr tomar distancia para el análisis. Para esto concibo necesario acercarme pero también alejarme de lo que se está viendo, como lo propone Feyerabend (2007), busqué llevar a cabo un trabajo de campo con “una dialéctica entre reflexión e inmediatez” (Rabinow, 1992: 52), que me permita un continuo proceso de diálogo entre las teorías y el reto que implica la realidad que, en determinadas ocasiones, cuestiona las categorías propuestas por diferentes autores. Desde mi propia experiencia como kichwa otavalo y comerciante, me llamó la atención la manera en cómo habían diversificado tanto el comercio los mindaláes radicados en San Cristóbal de Las Casas. Mis preguntas se enfocaron en entender cómo habían llegado a esta ciudad, cómo habían construido un comercio diferente a los demás kichwas comerciantes en el resto de México y cómo habían logrado hacerlo. De esta manera fui estableciendo ciertos temas que debían ser observados, como por ejemplo el tipo de mercancías, el tipo de locales montados, el tipo de compradores y la forma de organización de las familias kichwas para formar estos negocios.

Aunque mi pertenencia a los kichwa otavalos pudiera significar una enorme ventaja para el acercamiento y la posibilidad de diálogo (investigadores como Silva (2012) y Atienza (2009) describen los problemas de aproximación a la comunidad por la desconfianza o el poco interés, lo que ha sido un obstáculo a la hora de conseguir información), es importante resaltar que mi propósito no es defender el papel de los kichwas en San Cristóbal, sino poder explicar los procesos que han permitido su aparente éxito, así como sus problemas más desafiantes. Por ello he mantenido una postura auto/crítica durante el proceso de investigación. Sin embargo, debo mencionar que como migrante, en un país que no es el nuestro, con códigos y formas de vida diferentes a las que vivimos en Ecuador y en Otavalo, en algunos casos mi relación se estrechó profundamente con los kichwas que se encuentran en esta ciudad; llegué a involucrarme afectivamente con los mindaláes e incluso a apoyar y ayudar en los momentos en los que podía hacerlo, de la misma manera su apoyo, ayuda y amistad han sido indispensables al estar lejos de la casa y la familia. En ciertos momentos dejé de ser la investigadora y de analizar todo lo que veía para convertirme en parte de la comunidad kichwa, como migrante y amiga, sin interés académico sino personal. De esta manera, establezco mi posición dentro de la investigación, como kichwa, como migrante, como parte de los mindaláes en México y como investigadora.

2.2.2 Obstáculos y estrategias

A pesar lo mencionado en el párrafo anterior, el acercamiento a los kichwas tuvo sus retos; no siempre me fue muy fácil. Para sortear los obstáculos recurrí a diferentes estrategias entre las cuales fue el acercarme y preguntar directamente si eran de Ecuador y luego si eran de Otavalo. Todos respondían afirmativamente; luego me presentaba como kichwa otavalo y como estudiante y la conversación fluía con naturalidad. Al identificarme como kichwa otavalo pero no como comerciante, percibí que la gente me permitía hacer preguntas relacionadas con el comercio y las mercancías. Al ser estudiante no me convertía en competencia, quizá porque no tenía los recursos o porque mi “posición social” es diferente a la de los comerciantes, lo cual les da mayor confianza y seguridad de que no utilizaría la información para ponerme mi propio negocio. De inicio todas las preguntas se dirigían a mí: de qué familia era, por qué venía a México, por qué estaba en San Cristóbal,

hace cuánto tiempo había llegado, cuánto tiempo me iba a quedar y cuándo iba a regresar a Ecuador por vacaciones. Una vez que respondía este rutinario cuestionario, les mencionaba mi asombro por encontrarme con almacenes tan modernos y diferentes al resto de kichwas. Entonces empezaban a contarme cómo habían llegado a México y cómo empezaron a trabajar con artesanías otavaleñas, las cuales poco tiempo después de su llegada no habían sido más rentables. De esa manera empezaron a contar cómo llegaron a San Cristóbal y cómo empezaron a probar diferentes mercancías como la hindú o la china con características que la asemejan a la artesanía o ropa étnica, para finalmente poner tiendas de ropa *fashion* o de marca.

Otra de las estrategias que me permitieron acercarme al tema de los negocios fue mostrar a los kichwas en San Cristóbal, un material audiovisual que viera la importancia de registrar la historia, las trayectorias y las formas de trabajo de los kichwa otavalo. En el año 2012 se lanzó un documental llamado Mindaláe, realizado por la Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas (APAK) en Ecuador. En este video se recogen los testimonios de comerciantes y viajeros, desde las generaciones más antiguas hasta las más recientes, dándoles un valor histórico de reconocimiento a todos aquellos mindaláes que se encuentran en todas partes del mundo. Este material audiovisual recoge también los testimonios de varias personas reconocidas en Otavalo, que por la familiaridad y cercanía que tenemos todos, es posible reconocer a amigos, familiares o conocidos en este video. Mi estrategia entonces, fue prestar el único DVD que tenía a todas las familias kichwas de San Cristóbal para que pudieran verlo en sus casas. Por las horas de trabajo y el poco tiempo que disponen los comerciantes kichwas, me fue imposible proponer una proyección grupal del documental, lo cual había sido mi intención en un inicio. Luego de que me confirmaban que habían visto el video, pasaba por sus locales y les preguntaba si les había gustado o había algo que les había llamado la atención. De esta manera me fue más fácil hacerles preguntas referentes a sus trabajos, a sus ideas sobre sus negocios y sobre sus experiencias en este nuevo mercado en el que estaban incursionando. Sin embargo, todo esto lo había realizado informalmente y en ninguna de estas visitas utilicé grabadora para registrar la información; sin embargo, una vez que acababa la visita recogía toda la información en mi diario de campo. A todos les comenté mi interés de escribir la historia de los kichwas en San Cristóbal, todos me dijeron que les parecía una buena idea y que podía contar con ellos. Estuve muy segura de que eso pasaría.

Una vez que empecé oficialmente el trabajo de campo, fui con mi grabadora y mi guía de preguntas a hacer las entrevistas que había planificado con los kichwas. Sin embargo, una vez que me atrevía a decirles que me gustaría hablar con ellos y grabarlos, empecé a tener varios tipos de excusas y disculpas porque no estaban en posibilidad de responderme. Entonces planifiqué realizar otro tipo de estrategia para poder obtener la información. En las conversaciones que había tenido con anterioridad muchos de ellos me habían contado sus experiencias personales acerca de la migración, entonces sabía que una buena manera de acercarme al tema era empezar y dirigir las preguntas hacia sus sentimientos y experiencias al estar lejos de Ecuador y lejos de Otavalo. La estrategia funcionó, pues al hablar de lo que les había sucedido en sus viajes, directamente estaban hablando de sus negocios y de sus aciertos y desaciertos en las innovaciones mercantiles que iban realizando.

Otra de las ventajas que tuve para recopilar información sobre los comerciantes kichwas es que puede realizar varios viajes a la Ciudad de México, San Miguel de Allende y Tepic, donde se encontraban amigos de Otavalo y que trabajaban en varias ferias. En una feria turística realizada en el Paseo Reforma en la Ciudad de México, había un stand de Ecuador, donde se encontraban varios kichwas participando. Yo ofrecí ayudar a mi amigo Oscar quien tenía un puesto en este stand. Mi trabajo era entregar información turística sobre Ecuador, responder a las preguntas de quienes se acercaban y vender sombreros panamá o de paja toquilla¹⁴. En este espacio pude ver cómo y qué vendían los kichwas en estos eventos, además de tener la posibilidad de conversar directamente con los comerciantes y entender cómo trabajaban. Incluso tuve la oportunidad de conocer las casas (a la vez bodegas) de los comerciantes mayoritarios, escuchar las negociaciones e incluso participar en la selección de mercancías para la venta.

Los viajes a San Miguel de Allende y a Tepic los pude realizar con la ayuda de Galo, un comerciante itinerante, quien vive desde hace 12 años en México y participa continuamente en ferias y varios eventos donde se puede comercializar diferentes tipos de

¹⁴ El sombrero panamá o sombrero de paja toquilla o jipijapa es un sombrero de ala confeccionada en Ecuador. Se elabora con las hojas trenzadas de una palmera llamada paja toquilla (*Carludovica palmata*). Su nombre se lo debe a que tuvo gran acogida durante la construcción del Canal de Panamá, cuando miles de sombreros fueron exportados desde Ecuador para los trabajadores de la construcción. Cuando el Presidente de los Estados Unidos, Theodore Roosevelt, visitó este canal usó este sombrero, lo que aumentó su popularidad.

mercancías. En estos viajes pude conocer cómo se consiguen lugares para participar en las ferias y cómo se va diversificando las mercancías dependiendo de la ciudad o del lugar donde se realice el evento. También pude ver a otros kichwas en estas ciudades y qué es lo que ellos venden y cómo circula la información entre estas redes. Estas visitas me permitieron reconocer la diferencia entre los kichwa otavalos asentados en la ciudad de San Cristóbal con sus locales comerciales y sus mercaderías más modernas y los kichwas que se encuentran en otras ciudades y que todavía comercializan artesanías otavaleñas, peruanas o productos chinos o hindús, pero que sobre todo buscan y dependen de las ferias y eventos en diferentes ciudades, continuando con la tradición como comerciantes itinerantes. Aunque parecería que se tratan de dos grupos separados, fue obvia para mi la conexión que de una u otra manera hay entre todos, la comunicación entre los kichwas en el resto de México y los de San Cristóbal de Las Casas es bastante regular formando una gran red. Poder conocer a kichwas que viven y trabajan en otras ciudades mexicanas, de hecho, me dio la oportunidad de entender mejor el funcionamiento de las redes sociales con sus distintas formas de relacionamiento.

Se vislumbra como las redes sociales permiten y facilitan la construcción de capital social en la vida transnacional de los kichwa otavalos, los cuales recorren el mundo a través del comercio de bienes simbólicos demandados en los diferentes mercados del mundo. Son las redes las que han abierto el camino para que los kichwas puedan instaurarse en diferentes países del mundo y puedan establecer sus negocios en nuevos espacios. Por esto es indispensable realizar un recorrido histórico de estas primeras migraciones para llegar finalmente a los primeros asentamientos de kichwas en México y para explicar su llegada a Chiapas. Las mercancías y los lugares de comercio son información relevante a la hora de viajar e iniciar su propio negocio. Este tema es el que se detallará con mayor información en el siguiente capítulo.

CAPITULO III. TRAYECTORIAS MIGRATORIAS DE LOS KICHWA OTAVALOS, CONFORMACIÓN DE REDES Y CAPITAL SOCIAL

Este capítulo se enfoca en describir los recorridos y viajes realizados por los kichwa otavalos dentro del Ecuador y luego en los diferentes países del mundo, a partir de ello, podremos establecer cómo llegaron a México y empezaron sus negocios en este país que hasta hace unos años no había sido considerado atractivo para el comercio. Se explicará también la importancia y la manera en que las redes sociales y el capital social han permitido a los otavalos movilizarse con mayor facilidad por los diferentes países, exponiendo los distintos niveles en que estas redes actúan, las maneras en que se construyen familiar o laboralmente, pero actuando también de forma menos directa mediante información a través de conversaciones, ‘chismes’ o comentarios, entre kichwas en Otavalo o fuera de ahí, y como esto permite tomar decisiones sobre a dónde viajar, en qué invertir o en qué mercado introducirse.

3.1 Recorriendo el mundo. Los mindaláes y sus trayectorias desde principios del siglo XX

El pueblo kichwa otavalo está conformado por hábiles artesanos, productores textiles, viajeros músicos y comerciantes. Desde antes de la colonia fueron reconocidos como mindaláes, una élite indígena especializada en el arte del comercio, cuya labor no solamente se caracterizaba por los intercambios de productos sino por “su capacidad de desarrollar una política de distribución capaz de dinamizarse y permeabilizarse entre los movedizos límites políticos” (APAK, 2012: 9). Siendo este el origen ancestral del kichwa otavalo no resulta extraño explicarse el proceso de la dinamización del comercio y los viajes emprendidos por un buen número de kichwas que se lanzaron al mundo en busca de nichos de mercado para sus productos artesanales y textiles desde hace más de un siglo.

Para entender este proceso complejo de migración y comercio, iniciemos con los primeros pasos de comercialización establecidos en Otavalo y sus alrededores.

A inicios del siglo XX, la forma tradicional de comercio entre la población kichwa otavalo era a través de los trueques, en los que se entregaban tejidos a cambio de alimentos, animales de granja o granos. En esta misma época muchos de los kichwas ofrecían su mano de obra en varias haciendas a cambio de granos hasta conseguir acumular lo suficiente para todo un año. A esta práctica se le conocía como *Vida Maskay*¹⁵. Los primeros comerciantes, registrados en la memoria oral, corresponden sobre todo a comunidades como Peguche, Quinchuquí, Agato y La Compañía, poblaciones aledañas a la ciudad de Otavalo. Los primeros comerciantes de Quinchuquí, a inicios de 1900 buscaron mercados para sus tejidos y para la carne de cerdo y sus derivados, llegando a las comunidades aledañas al cerro del Imbabura, y luego a Ibarra y a diferentes ciudades en la provincia de Imbabura. Ya para 1915, al ver que estos mercados eran rentables, fueron estableciéndose en estas zonas. Los comerciantes de Agato y La Compañía tenían como lugar de destino a la ciudad de Quito, pero también llegaron a Ambato, Latacunga, Cuenca, Loja y otras ciudades del Ecuador. Se recuerda, por ejemplo que en 1905, el señor José Cachiguango, de la comunidad de La Compañía, viajaba a varias ciudades del país llevando sus mercancías en varios bultos. En esta época no existían las carreteras, por lo tanto los viajes se realizaban a pie, en burro o a caballo, estos recorridos podían durar días o hasta semanas enteras para llegar al lugar de destino (APAK, 2012).

¹⁵ Esta es una frase que se utiliza hasta la actualidad y que hace referencia al esfuerzo constante por triunfar en la vida. *Vida Maskay*, en español y kichwa significa “buscar vida”, buscar lugares donde trabajar y prosperar.

Mapa 2: Rutas de comercio en la Provincia de Imbabura



La producción textil era muy apreciada en esa época, sus tejidos eran de pura lana, y los casimires eran utilizados para *anacos*, chalinas, chales, batas o túnicas. Cada comunidad se especializaba en la producción de un tipo diferente de textil, así, las comunidades de La Compañía y Agato producían fajas y ponchos, mientras que en Peguche y Quinchuquí, confeccionaban casimires, cobijas, chales y bayetas. Por esta habilidad en la producción textil reconocida de los kichwas, muchos fueron invitados a dar clases de tejidos en varios centros educativos de Quito e incluso en otros países. En 1935, Don Juan Ruiz Concha, de la comunidad de Peguche, fue escogido para dar clases de tejidos en la Escuela de Artes y Oficios en Quito. Más tarde, viajaría a Venezuela, con una delegación de artesanos a impartir clases en Capacho Libertad, en el Estado de Táchira. Su especialidad fueron las alfombras y las cobijas, las cuales llegaron a decorar las paredes y pisos de las principales catedrales e iglesias de la región.

De esta manera, se fueron abriendo cada vez más las fronteras para los comerciantes kichwas en los países como Colombia, Venezuela, Perú y Chile desde 1940. Los señores Antonio Lema Chico y Antonio Quinche, originarios de Quinchuquí, llegaron por primera vez a Colombia para dar clases de tejidos en Bogotá. Pocos años después llevarían un telar para exhibir la realización de sus tejidos en una de las plazas centrales de la ciudad, permitiendo que los observadores compraran objetos y prendas elaboradas directamente

por los artesanos. Poco después comprarían un telar mecánico y abrirían su propio taller de producción textil en esta ciudad. La excelente calidad de los tejidos y una demanda cada vez más creciente de estos productos hizo que se requiriera fuerza de trabajo. Los pioneros entonces recurrieron a familiares y compadres para fundar sus empresas familiares en Colombia y a la venta itinerante de sus tejidos alrededor de todo el país. Así muchos kichwas comerciantes se instauraron en ciudades como Bogotá, Medellín, Popayán, Cali y Pasto, mientras que otros realizaban viajes constantes desde Ecuador hacia esta nación.

La señora Rosa Lema Cotacachi, más conocida como Mama Rosa, es quien abriría varias posibilidades para los kichwas viajeros. Doña Rosa fue un personaje legendario en la comunidad de Peguche por sus habilidades como comerciante de ganado y por sus buenas relaciones sociales que le ayudaron a convertirse en una próspera comerciante viajera. A la edad de ocho años ayudaba a su padre a comprar y transportar varias cabezas de ganado. Años después, comercializó chalinas, bufandas y casimires en la ciudad de Quito, productos que los ofertaba de casa en casa, en varias oficinas y en las embajadas. Sus buenas relaciones con diferentes autoridades, como el presidente del Ecuador Galo Plaza Lasso, la llevaron a viajar a Estados Unidos como embajadora cultural en 1949. En Nueva York fue recibida como “Princesa Indígena”, por lo que fue custodiada durante sus días de visita con varios guardaespaldas y vehículos para su protección. Las autoridades al ver sus collares dorados (*wallkas*) creían que realmente se trataba de la realeza inca, pues pensaban que éstos eran de oro puro. Este viaje además le permitió conocer a varias autoridades de la ciudad de Nueva York y a la Princesa Juana, representante de una de las comunidades indígenas de Norteamérica. Desde entonces varios kichwas fueron invitados a Estados Unidos y Europa también como embajadores culturales. Ya para 1960, los viajeros y comerciantes kichwas se abrieron campo hacia países de Centro América como Panamá y Costa Rica, y en esta misma época llegarían a Brasil. Desde 1970 se inició una época de auge donde los kichwas viajarían a Europa y América del Norte (Ordoñez, 2008; Maldonado, 2004; APAK, 2012).

Para los años de 1980, la mayoría de los migrantes kichwa otavalos eran varones jóvenes, y se dedicaban a la venta de artesanías y a la interpretación de música andina en las calles. Muchos de estos comerciantes, compraban o alquilaban furgonetas que les permitía mayor movilidad por varias ferias y fiestas en diferentes ciudades y diferentes

países. Estos mismos vehículos servirían también de alojamiento durante estos meses de trabajo. En otras ocasiones, entre familiares o amigos alquilaban una habitación en donde podían descansar y almacenar las mercancías. “Algunos se alojaban en las casas de amigos y/o amigas que habían conocido en las calles de Ámsterdam, Bruselas o Barcelona. Muchas de estas casas eran de amigas o `amantes` `gringas` que se habían visto atraídas por lo exótico de los músicos indígenas que recorrían las calles de Europa” (Ruiz, 2008: 47).

Para 1990, los mindaláes empezaron a llegar a países como Japón, China, Turquía, entre otros. Los retornos a Ecuador eran bastante regulares, por lo menos dos veces al año, lo cual permitía tener siempre como lugar de referencia a Otavalo. Sin embargo, las políticas migratorias fueron endureciéndose cada vez más, por lo que muchos kichwas empezaron a quedarse en otros países y a permanecer durante largos períodos de tiempo, en ocasiones debido a la falta de documentos para regularizar su situación migratoria y otras por los altos costos de vida en donde se encontraban. El boom migracional de los kichwas se dio en las décadas de 1980 y 1990, decayendo en los finales de esta última. Los países más rentables eran aquellos considerados de primer mundo, Estados Unidos, Canadá, España, Suiza, Inglaterra, Alemania, entre otros, por lo que los comerciantes y viajeros preferían probar suerte en estos lugares (Ordóñez, 2008: 74-75). También se jugaba un tipo de reconocimiento social en los países a donde viajaban los kichwas, pues aquellos que lograban llegar a Europa tenían mayor reconocimiento que aquellos que viajaban dentro del mismo continente americano. Viajar a España, Holanda, Alemania, o incluso llegar a países como Japón o Korea, implicaba un ascenso social dentro de la comunidad mindaláe. Los comerciantes kichwas buscaban cada vez más lugares donde comercializar las artesanías otavaleñas, mientras que los músicos buscaban conocer diferentes lugares a través de la interpretación musical en las calles de diferentes ciudades del mundo. Este flujo migracional de la década de 1990 se extendió al punto en el que la competencia se hizo insostenible, y hoy en día, son menos numerosos los músicos que continúan viajando al exterior, y los artesanos tienen cada vez menos ganancias y mayor competencia. En la actualidad, sobre todo en Europa, muchos kichwas han visto la necesidad de insertarse en el mercado de trabajo, en otros sectores incluso, o de modificar las artesanías por elementos más rentables y de buena acogida comercial. Tema que se desarrollará con amplitud en el siguiente capítulo.

De manera general, la emigración de ecuatorianos inició desde los años 1950, siendo sobre todo la población mestiza de la sierra sur la que registra mayor número de personas que han salido fuera del país. Jacques Ramírez (2009) menciona que a finales de la década de 1990 se produce una estampida migratoria que triplicó y cuadruplicó el número de personas que viajaban por motivos económicos y laborales, hacia países denominados de primer mundo. Esta salida masiva desde Ecuador (de población mestiza sobre todo) se debió a la descomposición política- económica que sufrió el país con el derrocamiento de tres presidentes: Abdalá Bucarám en 1997, Jamil Mahuad en el 2000 y Lucio Gutiérrez en el 2005, así como la quiebra del sistema financiero, el feriado bancario y la dolarización de la economía. Esta crisis política y económica que sufrió el Ecuador en las últimas tres décadas impulsó la migración en búsqueda de mejores condiciones de vida; la población migrante se enfocaba sobre todo en conseguir trabajos asalariados. Los kichwa otavalos habían emprendido viajes alrededor del mundo antes de esta crisis, lo que de alguna manera los diferencia del resto de los migrantes ecuatorianos. La población kichwa otavalo, como explica Kyle (2003), supo aprovechar un mercado internacional para ofertar sus productos y su migración les permitía manejarse como “empresarios”, pues invertían recursos para ofertar sus productos artesanales o musicales y obtener ganancias que les permitan volver a Otavalo y ser reconocidos como exitosos.

Los kichwa otavalos han buscado permanentemente nuevos lugares y nuevos espacios donde expandir sus negocios. Por esta razón, muchos iniciaron sus viajes a ciudades y luego a países cercanos, para luego ir cada vez más lejos. Es así, que muchos llegaron a varios países de Europa antes de 1997, pues los ecuatorianos no requerían de visa: según testimonios de varios kichwas que viajaron a ese continente, al llegar simplemente debían presentar a su ingreso una bolsa de viaje (dinero en efectivo), un pasaporte vigente y la reservación o dirección de un lugar donde fueran a hospedarse. De esta manera los viajes de los comerciantes kichwas tenían temporalidades bien delimitadas, su trabajo iniciaba en mayo y terminaba en diciembre, época donde todos retornaban al país y permanecían durante seis meses antes de iniciar nuevamente su próximo viaje. Sin embargo, cuando se implementaron visas para ingresar a cualquier país de Europa, muchos de los kichwas que lograban conseguirla, temían que se les negara la siguiente vez que la solicitaran, por lo que muchos decidieron quedarse y establecerse permanentemente en estos países. Algunos conseguirían documentos de residencia, otros se veían en la

necesidad de quedarse bajo el riesgo de ser deportados. Varios de estos viajeros y viajeras que estuvieron en Europa ahora se encuentran en México, en búsqueda de otros mercados.

De acuerdo a los testimonio de algunos viajeros y comerciantes, trabajar en Europa implicaba mucho sacrificio, pues había que ahorrar la mayor cantidad de dinero para retornar al Ecuador. La mayoría se dedicaba a la venta ambulante de artesanías otavaleñas en las calles o parques de las ciudades, y salvo los asentados en España, los que habían llegado a otros países no sabían el idioma, por lo que se veían en la necesidad de comunicarse con señas y aprender cómo comunicar los precios en los idiomas de los lugares donde estaban. El riesgo de ser detenido era cada vez mayor porque la venta ambulante era una actividad “ilegal”, lo que provocó que varios comerciantes perdieran toda su mercancía. Los músicos que también viajaban encontraron otros grupos de artistas peruanos, bolivianos o chilenos quienes también disputaban espacios en las calles o parques de las ciudades, lo que hizo que la competencia fuera cada vez más voraz. Aquellos que viajaron a Estados Unidos, también vendían sus artesanías ambulantemente, pero eran detenidos y encerrados por 72 horas hasta que un juez los llamara y diera una sentencia. La mayoría de estos comerciantes lograba salir, pero sus mercancías eran retenidas sin derecho a recuperarlas. Todas estas experiencias hicieron que los kichwas comerciantes buscaran otros lugares y otros países donde vender, con la convicción de que cualquier país que no sea Ecuador es bueno para iniciar un negocio.

En estas continuas trayectorias en búsqueda de mercados, podemos observar que los kichwa otavalos mantienen una vida transnacional, pues sus actividades comerciales, culturales y sociales se desarrollan en múltiples espacios, en los de origen y los de destino, fundando nuevos entornos socioculturales con interacciones permanentes en ambos espacios. Esto es posible gracias a la fluidez de la información y las facilidades de transporte que han permitido que las migraciones aumenten, sin dejar de lado las relaciones familiares, comerciales, culturales o políticas, sino que se mantienen a pesar de las fronteras.

Las redes sociales juegan un papel importante, pues a través de éstas se logra conocer y averiguar nuevos lugares, ciudades o países donde empezar un negocio. La pertenencia de los kichwa otavalos a esta red transnacional de comerciantes y viajeros

mindaláes les ha permitido obtener un capital social que les facilita tomar decisiones y los motiva para continuar con el proceso de migración; les permite movilizar recursos tangibles e intangibles para poder seguir buscando nuevos mercados, aventurando a nuevos sitios. El capital social y las redes sociales influyen en el nivel de éxito migratorio y canalizan sus trayectorias migratorias en diferentes direcciones. Por un lado, a mayor capital social y redes más densas, más posibilidades de éxito en su proceso migratorio. Y por otro lado, la forma y la dirección de las trayectorias migratorias están relacionadas con los recursos que el migrante posee, en este caso las redes sociales a través de las cuales cuentan con apoyo y adquieren información y conocimiento. Existe una relación dinámica entre las redes sociales y los sujetos, pues estas se influyen entre sí continuamente, y es a través de estas interacciones que se obtiene mayor capital social y las redes se amplían con el tiempo. El siguiente apartado está dedicado a explorar el funcionamiento de las redes y la activación del capital social en los kichwa otavalos que se encuentran en México y que se dedican al comercio.

3.2 Los kichwa otavalos llegan a México. Negociaciones y estrategias migratorias.

Esta sección se basa en evidencia empírica del trabajo de campo con los comerciantes y viajeros kichwas radicados en México. A través de sus relatos se puede reconstruir la manera en cómo llegaron a este país, cómo fueron sus inicios y a qué actividades se dedicaron, así como también a entender la conformación de las redes y la utilización del capital social para lograr el éxito en sus diferentes iniciativas comerciales, las cuales fueron indispensables para aquellos que llegaron a San Cristóbal de Las Casas e iniciaron una nueva propuesta de trabajo diferente a la de los demás kichwas radicados en el resto del país.

El arribo de los kichwa otavalos a México inicia con la llegada del señor Alonso Muenala en 1959, quien viajó con una visa diplomática hacia este país. Se presentó en la Embajada de Ecuador con el propósito de realizar una exposición artesanal en México. El embajador de aquella época, el señor Jorge Philips, se enteró que el señor Muenala era sobrino de Doña Rosa Lema, por lo que aprovechó esta oportunidad y lo presentó a la prensa mexicana como “príncipe indígena” de Ecuador. Al convertirse en un personaje

público en México, Don Alonso menciona que Mario Moreno “Cantinflas” pidió conocerlo. Así surgió una amistad que años después llevaría a Cantinflas a ser padrino de uno de los hijos del señor Muenala (APAK, 2012).

Foto 1: Foto de Mario Moreno “Cantinflas” cargando a Germán Muenala, su ahijado. Junto a ellos, Don Alonso y su familia. Archivo Familia Muenala.



Luego de este primer viaje, de acuerdo a varios entrevistados, se registran otras familias que llegarían años después en búsqueda de otros mercados diferentes a los de Europa y Estados Unidos. Grupos musicales como el Trío Imbaya y Ñanda Mañachi llegaron a México, en los años 60, donde hicieron giras alrededor del país junto con artistas mexicanos. Dos jóvenes llegaron también a México como becarios, Alberto Muenala estudiante de cine y Luis Anrango estudiante de economía, permanecieron algunos años en el país, contrajeron matrimonio con mujeres mexicanas y retornaron años después al Ecuador. La señora Etelvina Pillajo y su esposo Ángel Ruiz, quienes antes viajaban a España y Estados Unidos, son los primeros en establecerse en México. Su llegada fue hace

18 años y trabajaron juntos en distintas ferias alrededor del país. Hace 14 años participaron en un evento en San Miguel Allende, Guanajuato y decidieron quedarse ahí permanentemente. En esta ciudad tienen varios locales en donde ofertan artesanías de Ecuador, blusas y camisas de Chiapas, así como bufandas, chalinas y varias prendas chinas e hindús. En esta época pocos eran los kichwas que viajaban a México, pues no era un país “rentable”, como nos explica Don Diego Maigua, propietario de tres locales de artesanía chiapaneca en San Cristóbal de Las Casas,

A mi me habían invitado varias veces a venir a ferias en México, pero yo decía para qué voy a ir allá si ha de ser lo mismo que trabajar en Ecuador. Yo mejor me fui a Estados Unidos y a Canadá, allá estuve varios años trabajando. Pero luego, ya sabe cómo son la gente de Otavalo, empezaron a decir toditos que México estaba bueno para vender, que toditos vendían todo lo que traían de mercancía. Y como ya le dejé mi negocio a mi hijo menor en Estados [Unidos], me vine con unos suéteres de lana y unas cosas más a ver si era así mismo. (Diego Maigua, SCLC, 29 noviembre, 2013)

Desde el año 2000, los kichwas empezaron a ingresar a este país, pues se escuchaban rumores de que era un lugar rentable y que habían familias que estaban ganando mucho con la venta de chalinas elaboradas en la comunidad de Peguche. Para esta fecha la obtención de visas como turistas no requería de mayores documentos: pasaporte vigente, una cuenta bancaria, reservación de un boleto de avión y de un hotel. Para muchos comerciantes estos requisitos eran mínimos, pues luego de varios viajes habían obtenido propiedades y cuentas bancarias que mostraban su capital económico, o incluso a muchos les servía el haber tenido visas de países en Europa, Norteamérica o Asia,

Mi papá es el que había oído que en México estaban muchos tíos¹⁶ y que se vendían bien las chalinas que hacen en Peguche. Nos dijo que lo que llevaban en las maletas se vendía en una sola semana y que así era más fácil regresar a Ecuador. Yo en ese entonces estaba en Suiza, en época de invierno no se vendía nada. Con un hermano menor decidimos ir a Ecuador, para luego seguirle a nuestro papá a México. Cuando fuimos a sacar la visa nos dieron no más, como teníamos en el pasaporte la visa de Suiza, no nos dijeron nada. En ese entonces así daban no más la visa a todos mismo (Kory Gramal, SCLC, 26 de noviembre 2013).

¹⁶ Tío o tía en kichwa significa señor o señora. Se utiliza mucho esta palabra para designar o reconocer a una persona que es originaria de Otavalo, que es un kichwa otavalo.

Patricia Cabascango de 29 años y de la Comunidad de Quinchuquí, viajó por primera vez invitada por un grupo de música llamado Sisay y conformado por artistas kichwas, el cual tuvo un éxito rotundo en Japón. Este grupo tenía tal fama que cuando Patricia se acercó a la Embajada de Japón, presentó como respaldo la invitación de este grupo y consiguió su visa sin ningún problema. Estos viajes realizados a los países asiáticos le abrieron las puertas cuando quiso solicitar la visa mexicana:

... cuando me fui a Quito para sacar la visa en la Embajada de México vieron que tenía visas para Korea y Japón, y eran unas visas que me daban como artista, entonces me preguntaron si era artista y les dije que sí. Me preguntaron por qué quería ir a México y les dije que solo iba de paseo. Me dieron visa para seis meses y estaba muy contenta. Eso fue en el 2007 (Patricia Cabascango, SCLC, 2 diciembre, 2013).

Para los más jóvenes, quienes se aventuraban por primera vez ha sido más difícil pues no poseen bienes ni solvencia económica, por lo que conseguir una visa para México era más complicado. Por esta razón, intentarían solicitarla dos o hasta tres veces, tal como nos cuenta Amaru Burga, un joven kichwa radicado en San Cristóbal y propietario de tres locales de ropa Fashion en las calles principales de la ciudad:

Era muy difícil sacar la visa en el año que intenté (2008). Yo como estudiante no tenía nada a mi nombre, ni pagos de luz ni de terrenos ni nada, todo estaba a nombre de mi papá. De todas maneras hicimos la cita por internet y el trámite para solicitar la visa. Esa fue la primera vez que intenté y me negaron. Ya me sentí mal porque no podía ir y estaba muy triste por eso. Así pasó el tiempo y le intenté otra vez, ahí me dijeron que tenía que traer un permiso de internación o algo así diciendo que alguien de aquí de México me invitaba, como no tenía familiares acá entonces no me dieron. Ahí presenté la tercera vez, pero cuando ya cumplí la mayoría de edad y ahí me dieron visa de turista por seis meses, después de tanto sufrir. Que me dieran la visa la tercera vez fue pura suerte. Ya con eso terminé el colegio y me vine (Amaru Burga, SCLC, 3 de diciembre 2013).

Una vez en el país, con visa de turista de seis meses, los kichwas empezaron a trabajar en la venta ambulante en las calles del centro. Debido a la facilidad de conseguir visas, acabado el tiempo permitido de estadía, muchos retornaban al Ecuador a solicitar una nueva visa y a abastecerse de más mercancías. Sin embargo, la Embajada de México en Ecuador empezó a negarlas, por lo que muchos kichwas comenzaron a alarmarse y a buscar

las maneras de asegurar su estadía por más tiempo en el país. Kory Gramal, una mujer kichwa que inició su trabajo de comercio con su padre y que ahora está radicada en San Cristóbal de Las Casas, nos cuenta que en esa época muchos kichwas buscaron la ayuda de abogados para hacer la solicitud para obtener su permiso de residencia en el país, debido al desconocimiento de los trámites que debían realizarse en las oficinas de Migración. Los abogados cobraban por cada trámite entre 2,000 o 3,000 pesos mexicanos, sin embargo, estas solicitudes también empezaron a ser negadas y muchos kichwas tuvieron que retornar obligatoriamente a Ecuador.

Kory y dos de sus primos decidieron ir directamente a las oficinas de Migración de la ciudad de México y preguntar si necesitaban de un abogado para hacer ese trámite, ahí le respondieron que todas las diligencias podían hacerlas personalmente en cualquier oficina del Instituto Nacional de Migración (INM). Solamente les pedían presentar copias de sus pasaportes, recibo de algún pago de servicio básico, una carta de trabajo y un documento de Ecuador que mencionara que eran artesanos. Kory y sus primos buscaron a un organizador de ferias y alquilaron un stand. Le solicitaron un certificado que mencionara que iban a participar en este evento. El documento que avalara que eran artesanos en Ecuador lo consiguieron con la ayuda del padre de Kory, quien se dirigió a la UNAIMCO (Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo), ya que en años anteriores trabajaron en la Plaza de Ponchos. Una vez que presentaron todos los requisitos, les entregaron su Formato Migratorio 3 (FM3)¹⁷ para un año más de estancia en México. Varios kichwas al enterarse que ella había conseguido su documento de Residencia Temporal, le preguntaron el nombre del abogado con el que había realizado el trámite. Kory no les mencionó que su trámite lo hizo personalmente y que necesitaba solamente algunos requisitos para obtenerlo. Ella menciona que su interés era garantizar primero la estadía de su familia, ya que si el resto de comerciantes kichwas se enteraban, harían lo mismo y eso crearía sospechas en Migración, lo cual dificultaría luego obtener los documentos migratorios. Y así fue, meses después varios kichwas se enteraron cómo

¹⁷ El Formato Migratorio 3 hace referencia a la categoría de No Inmigrante, descrita en la Ley General de Población, vigente hasta el año 2012, en donde se reconoce a los extranjeros la posibilidad de dedicarse al ejercicio de alguna actividad lucrativa o no, siempre que sea lícita y honesta. Este formato era una autorización para permanecer en el país hasta por un año. Después de varios años en el país, se podía solicitar el FM2, que permitía tener el estatus de Inmigrante, para en 5 años solicitar el estatus de Inmigrado y pedir la nacionalidad mexicana. Ley General de Población 2009, Capítulo III, Inmigración, Artículos 1 al 47.

solicitar la residencia temporal, a los primeros les entregaron sin ninguna dificultad, pero luego empezaron a negar las demás solicitudes.

En este testimonio podemos observar cómo Kory logra obtener su documento migratorio para laborar en el país. No solamente se trata de presentar los documentos para que el Instituto de Migración le otorgue su residencia, sino cómo ella, con las redes establecidas, logra obtener todos los requisitos para lograrlo. Las redes externas, los contactos con otros comerciantes, le permitieron conocer dónde encontrar un organizador de ferias que le facilitara un documento que comprobara su participación en el evento. El documento que garantizaba que era una artesana, lo consiguió en Ecuador, gracias a los contactos que su padre tenía con una organización de comerciantes kichwas en Otavalo. Lo que va de la mano con el capital social, pues en palabras de Portes (1995) es la capacidad que los miembros tienen para movilizar los recursos escasos en virtud de su membresía a redes o estructuras sociales más amplias, además que se refiere a la habilidad del individuo para movilizarlos de acuerdo a sus requerimientos. Las redes y el capital social que de ellas emana, se dinamizan y permiten que Kory logre su objetivo.

Muchos kichwa otavalos que obtuvieron su Forma Migratoria para vivir y laborar en México y que además empezaron a tener negocios exitosos requerían la ayuda de familiares o empleados para ampliar sus mercados. Por esta razón contrataban gente de Otavalo que los ayudara durante uno o dos años en la venta de mercancías en las calles del centro histórico de la ciudad de México o en la participación de ferias alrededor del país. Estos contratos se realizaban en Ecuador, en donde se negociaba el sueldo, el tiempo en el que se les pagaría, las condiciones de trabajo, el pago o descuento de los pasajes de avión, la alimentación y el hospedaje. Una vez que se llegaba a un acuerdo, los empleadores compraban el pasaje y llevaban a los empleados a México. Durante los primeros años de afluencia de los kichwas, muchos llegaron con pasaportes de otras personas, como nos cuenta Ana Fichamba, una joven que ingresó como trabajadora, pero que en la actualidad es propietaria de tres tiendas en las calles principales de San Cristóbal:

Yo vine sin documentos, yo no tenía ni pasaporte ni nada. Yo como nunca había salido de viaje no sabía. A mi me trajeron con documentos de otra persona. Me dieron el pasaporte de mi prima y así pasé. Yo sólo sabía que para viajar había que

tener pasaporte y les pregunté [a los parientes que la contrataron], pero me dijeron que no necesitaba nada. Me decían que no tenía que ponerme nerviosa frente a migración. Me habían dado el pasaporte de mi prima para que me aprendiera los datos que aparecían ahí. Como me parecía mucho a mi prima no me hicieron nada. Ellos habían traído siempre gente así (Ana Fichamba, SCLC, 10 de noviembre 2013).

Algunos comerciantes trajeron a México a empleados y familiares de esta manera, sin embargo, cuentan que en una ocasión en el aeropuerto detuvieron a una persona por entrar con documentos que no le pertenecían, entonces se dejó de ingresar personas bajo esta modalidad. Otra de las maneras para traer trabajadores fue a través de solicitudes de internación, la cual permitía que los residentes temporales o permanentes reunificaran a familiares directos. De esta manera lograban traer a los familiares, pero también permitía el ingreso de trabajadores que tuvieran los mismos apellidos,

Para traer trabajadores buscábamos gente que tuviera el mismo apellido, porque de esa manera decían que podían traer como familiares y solicitar internación. Como no es que preguntaban con mucho detalle, entonces si decíamos que tenían el mismo apellido, se podía no más traerles (Kory Gramal, SCDC, 26 de noviembre de 2013).

Otra de las formas de ingreso a México de los trabajadores ecuatorianos, fue que estos solicitaran visa como turistas con una carta de invitación enviada por sus contratantes, una vez en el país, se realizaban los trámites para solicitarles un permiso de trabajo y obtener su residencia temporal en México. José Ruiz, uno de los kichwas radicados en San Cristóbal de Las Casas y propietario de tres locales en el Andador principal de la ciudad, comenta que envió una carta de invitación a su hermana y a una conocida para que trabajaran con él. Al momento de hacer el cambio de estatus migratorio tuvieron varias dificultades, por lo que además de los trámites regulares, tuvieron que pagar un costo adicional para facilitar el proceso. Incluso menciona que hacer esta gestión era mucho más conveniente hacerla en las oficinas de Migración de San Cristóbal de Las Casas que en la ciudad de México, pues el trámite era más corto e incluso más barato.

Una vez que los familiares o los empleados ingresaran al país, existía la posibilidad de cambiar la visa de Turismo por el Formato Migratorio 3 o de Residencia Temporal. De esta manera se lograba que la estadía durara entre uno, dos o varios años más.

Cuando llegué vine como turista, de ahí quise sacar el FM3, pero me negaron la primera vez en México, me dijeron que volviera a Ecuador, que me daban 15 días. De gana perdí en los trámites con los abogados, me negaron el FM3. Entonces vine a San Cristóbal y aquí antes me dieron, aquí me ayudaron. Aquí les rogué que me ayudaran, les conté que me habían negado en México, que me quería quedar, que trabajaba vendiendo y entregando ropa en Santo Domingo. Ahora venir mismo está más difícil, traer gente ya no se puede [...](Amaru Burga, SCLC, 3 de diciembre 2013).

En noviembre de 2012 se aprobó en México, la Ley de Migración, por lo que los asuntos migratorios ya no se rigen con la Ley General de Población, la cual había facilitado el ingreso de los migrantes kichwas al país. En esta nueva ley migratoria se consideran solamente tres categorías, y los estatus migratorios deben ser ahora tramitados desde Ecuador, sin opción a modificarlos una vez que llegan a México, trámite que antes era posible con la antigua Ley:

- “Visitante”, calidad migratoria que se otorgará a los extranjeros que permanezcan en estancias cortas en México por: turismo o negocios; visitantes con permiso para recibir remuneración, por estancias menores a 180 días; o trabajadores de las regiones fronterizas.
- “Residente Temporal”, categoría que se brindará a extranjeros que deseen permanecer en el país por instancias menores a cuatro años. En esta categoría se incluyen estudiantes, quienes podrán permanecer en el país en el tiempo que duren sus estudios.
- “Residente Permanente”, calidad que otorgará a los extranjeros que deseen residir indefinidamente en México, por razones de asilo político, reconocimiento de la condición de refugiado, protección complementaria, y por reunificación familiar.

(Artículo 40. Ley de Migración México 2012, página web de Diputados de México, ver Bibliografía)

Según datos estadísticos, la población ecuatoriana ha disminuido durante los últimos años en México, aunque no se tienen datos específicos de la población kichwa otavalo, podemos ver los cambios de acuerdo a la información del Instituto Nacional de

Migración¹⁸, los cuales nos indican que en año 2000 hubo una gran afluencia a este país por parte de los ecuatorianos, incrementándose en el año 2012, antes de que entre en vigencia la Reforma Migratoria, y disminuyendo drásticamente en el 2013.

Tabla 2: Población ecuatoriana en México

Año	Población ecuatoriana
2000	3,749
2010	3,490
2012	4,022
2013	908

Como Amaru Burga explica en su testimonio, con la nueva ley de migración, se dificultó el contrato de empleados ecuatorianos, por lo que los kichwas se han visto en la necesidad de contratar a personal local, lo cual no es de su entero agrado, pues consideran que la gente de Ecuador, son “mucho más trabajadoras y honestas”, además que tienen la confianza de que cuidarán sus locales como si fueran suyos. Frente a estas políticas migratorias podemos observar que los kichwas responden, resisten, se adaptan y/o contornean las leyes, reglas o procedimientos, para conseguir su estancia en el país y mantener su actividad como comerciantes empresarios. Estas políticas se convierten en marcos estructurantes que limitan o cambian el accionar de los migrantes, además de activar su inventiva para tratar de sobrellevar las nuevas barreras o restricciones. Por esta razón, el conocimiento de las normas y leyes migratorias son indispensables para garantizar la permanencia en el país.

¹⁸ Información del portal del Instituto Nacional de Migración Mexicana, en: http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/historicas10/Tema_1_Poblacion.pdf y en http://www.politicamigratoria.gob.mx/es_mx/SEGOB/Documentacion_y_condicion_estancia_2013

3.3 Dimensiones de las redes y uso del capital social

La construcción de redes y el capital social son elementos claves para entender las formas de viajar y de encontrar nuevos lugares donde los kichwas puedan comercializar y obtener beneficios. Viajar es parte fundamental de la identidad para los kichwa otavalos, ser comerciantes y viajeros determina la posición social que ocuparán en el lugar de destino y una vez que retornan a Ecuador. Para esto es indispensable contar con los contactos y la información necesaria que facilite la posibilidad de migrar. Una de las maneras de entender el éxito aparente de los kichwas, es que se conforman como una empresa familiar. Desde el siglo XVI, los kichwa otavalos no emigraban solos, sino en familia. En vista de que las actividades de la producción artesanal y agrícola ha sido sostenida por todos los miembros de la familia, la migración se ha valido también del parentesco (Powers 1994 citado por Ordóñez, 2008).

Los kichwa otavalos se han conformado como una comunidad transnacional, pues existe una fuerte relación entre los viajeros y los que se quedan en Otavalo. Las redes están conformadas por relaciones de parentesco, de consanguinidad, afinidad y ritualidad, por los lazos comunitarios previos y la preexistencia de redes sociales, tanto en la sociedad de origen como en la sociedad de llegada. El flujo de información entre los kichwas es bastante fluido y se ha expandido gracias a los recursos tecnológicos, los cuales se han convertido en herramientas indispensables a la hora conseguir la información necesaria para viajar. Retomando la idea de Massey (2008) la construcción de redes es uno de los elementos más importantes en los procesos migratorios, pues a través de éstas circula gente, bienes e información entre las comunidades de origen y de destino. Cada nuevo migrante crea un grupo de personas con diferentes conexiones en el país de destino y se extiende rápidamente. Los lazos entre los migrantes kichwas se fortalecen, lo cual reduce costos y animan a otros también a viajar.

La posibilidad de viajar se da en la medida en que algún familiar se convierta en pionero o pionera, pues será quien averiguará, verificará y contemplará la posibilidad de que los demás miembros de la familia se unan o inicien una empresa familiar. Estas redes por tanto, se inician desde el lugar de origen cuando la información llega a la persona

interesada y se activan las redes para hacer que el viaje sea posible. Además de estas conexiones directas donde por ejemplo, un mindaláe ayuda e invita a un familiar a migrar, como he mencionado antes, en las redes de los kichwas el flujo de información dentro de la población mindaláe a través de rumores o los chismes es crucial, ya que la circulación de información de esta forma, ha abierto un espacio importante a la hora de elegir nuevos destinos y nuevas mercancías. En los relatos de los kichwa otavalos que fueron entrevistados, muchos mencionaron que “se oía”, “todos comentaban”, “decían” que México era una “hueca”, es decir, un buen lugar para iniciar negocios. Este rumor contiene información que indica una posibilidad de que un determinado lugar, ciudad o país es rentable para viajar y establecer un negocio próspero. En palabras de Long (2007:232),

Una palabra de un ‘buen contacto’ puede abrir muchas puertas. Y un comerciante diestro puede hacer uso de información aparentemente trivial para establecer puntos de referencia comunes y abrir una pequeña rendija que puede ser la puerta a una nueva oportunidad. En tanto que la intuición y la capacidad de arriesgarse son relevantes, pero también la información.

Varios toman esta información y emprenden un viaje para explorar el mercado. Una vez que se establece y conoce el lugar y la forma de trabajo, llaman al resto de la familia para expandir el área de comercio, dependiendo del éxito en la venta de mercancías,

En el año 2000 se escuchaba mucho que la gente venía acá a México a trabajar. Yo estaba en búsqueda de a dónde viajar, entonces un amigo de Ilumán me avisó que vaya a México y me dijo que los chales se vendían como pan caliente. Por eso con mi esposa trajimos unos poquitos sacos de lana¹⁹ para los gastos no más y llegamos a México. Aquí en la calle Madero, 16 de Septiembre y Palmas encontramos bastantes tíos de Otavalo. Ahí encontramos a un conocido que me preguntó si había traído mercancía, que yo como tenía dinero podía traer chales. Eso no más quise oír. De ahí le dije a mi esposa este país creo que va a estar bueno, regresemos no más comprando unas telas y traigamos chales porque los tíos mismos están pidiendo. Entonces ahí comenzamos. En ese entonces mis hijos estaban en Suiza, les llamé y les dije que acá está buen negocio, vengan acá para estar juntos, para que no sufran allá con el frío. Ya en el 2001 entraron mis hijas acá, vendíamos en la calle, corríamos cuando la policía venían porque no queríamos dejar que nos quiten la mercancía (Ernesto Gramal, SCLC, 21 noviembre 2013).

¹⁹ En Ecuador se llama saco de lana a lo que en México se llama suéter de lana.

Otros se valdrán de alguna relación de parentesco para poder concretar los viajes. Aunque la información sobre los lugares dónde surtir mercancías y dónde vender serán manejadas con prudencia en el núcleo familiar, se construyen otro tipos de ayuda que serán de beneficio para los viajeros kichwas que llegan por primera vez. Amaru Burga, un joven de 23 años y que ahora es propietario de cuatro tiendas en San Cristóbal, viajó por primera vez a México, pues había escuchado que en este país se trabajaba bien. Dentro de su familia no existían experiencias de migración, pues eran productores de suéteres de lana, que en los años 1990 habían sido muy demandados. Por eso recurrió a su padrino, para que pudiera recibirlo en México y le pudiera guiar en sus primeros pasos.

Yo escuchaba que México estaba bien para trabajar. Mi padrino [Ernesto Gramal] y sus hijos que viajaban se les veía que les iba bien. Por eso quise yo también irme. Primero me contacté con mi padrino, por eso me mandó mi papá. Lo único que necesitaba era que me recojan en el aeropuerto, porque no conocía. Traje solo una mochila con ropa. [...] De ahí vi como estaban trabajando ellos, porque tenían un local pero también trabajaban en la calle, como yo no traje nada de mercancía, le pedí prestado unos suéteres y así aprendí. Traje también unos dos mil dólares y con eso compré un poco de mercancía y empecé a vender en la calle también. Primero agarré cosas de la India y China, empecé vendiendo bufandas, chalinas, suéteres para niños y todo eso empecé a vender. Me enseñaron a los lugares donde comprar. Eso fue lo único que me enseñaron, pero de ahí no te dicen “ahí es bueno para vender” o “vente acá, acá es bueno”, nada de eso, ahí solito aprendí eso (Amaru Burga, SCDC, 3 diciembre 2013).

Aunque las redes pueden facilitar la migración, en el ámbito laboral, los kichwa otavalos han cerrado las posibilidades de transmitir la información sobre los negocios a otros miembros de la comunidad. Sobre todo si se trata de lugares donde vender, pues estos son sigilosamente cuidados por quienes han logrado encontrar buenos espacios donde comercializar sus productos. En este caso, muchos se servirán de redes exocéntricas (Lomnitz, 1975) para obtener los datos de mercancías, lugares o tiempos donde comercializar, pues aunque estas redes sean de menor confianza, menos frecuentes y más inestables, brindan la oportunidad para lograr encontrar lo que la red kichwa no ofrece.

La posibilidad de viajar y mejorar la situación económica familiar es el sueño de muchos jóvenes, sobre todo quienes tienen familiares que se dedican al trabajo agrícola o textil y quienes no tienen la experiencia migratoria de familiares de primer grado. Para esto,

recurrirán a los lazos familiares o de parentesco para poder salir del país. En algunas ocasiones, son los tíos, padrinos, primos, los que tienen experiencia migratoria y los contratan como empleados o empleadas. Es una de las maneras que posibilita aprender a viajar y trabajar durante su contrato y que les permitirá tener el conocimiento necesario si quieren empezar su propio negocio una vez terminado su contrato, por eso son los más jóvenes los que acuden a este tipo de recurso. Ana Fichamba, una mujer de la Comunidad de Quinchuquí de 29 años de edad que en la actualidad es dueña de uno de los locales más grandes de San Cristóbal de Las Casas, y quien vino a México contratada como vendedora por sus familiares, nos cuenta cómo llegó:

Una vez me topé con una prima que viajaba a México y yo de chiste le dije llévame y ella no lo tomó enserio y como ellos llevaban trabajadores de Ecuador me dijo que no me ha de mandar mi mamá. Me decía, ustedes trabajan bien [en la confección de artesanías textiles], de gana vas a trabajar afuera. Pero yo le dije que yo quería irme, que quería viajar. Ella dijo que estaba buscando justo una persona para trabajar y entonces yo decía que yo me iba no más aunque mi mamá no me mande. Al día siguiente ya fueron a hablar con mi mamá, como éramos primos y además el papá de mi prima también era padrino, como que tuvieron más confianza para mandarme. Así ya vine a trabajar con ellos (Ana Fichamba, SCLC, 10 de octubre 2013).

A esto se suma la curiosidad por explorar y conocer nuevos lugares, pues es una forma de salir del país y obtener un reconocimiento social dentro de la comunidad kichwa. Mejorar la calidad de vida es un elemento importante, es el motivo por el cual miles de kichwas atraviesan fronteras para incrementar y mejorar sus ingresos económicos, pero además es una oportunidad para aprender y vivir como mindaláes, atravesando el mundo y probando nuevas experiencias que no se obtienen en Otavalo. Es crecer como individuo y demostrar que se ha logrado sobrevivir y prosperar en un lugar diferente al de donde nacieron,

Yo creo que por la desesperación de no tener nada, se tiene la ilusión de tener algo, la ilusión de trabajar, por eso sale uno arriesgándose así. Por ejemplo hay personas que no tienen esa ilusión de salir, tienen miedo, para qué me voy, aquí estoy bien, no tienen esa ilusión de conocer, explorar otros lugares, otros países, entonces si alguien se arriesga dice voy a ver qué pasa y se va. A mi por ejemplo me emociona, es algo que me gusta, es algo que quieres saber, por eso metes la mano al fuego y me ha ido bien (Amaru Burga, SCDC, 3 de diciembre de 2013).

Los contactos, las relaciones familiares o laborales, permiten que los kichwas logren un proceso migratorio exitoso, esto se debe a que las redes tienen el *tamaño* necesario, es decir, un número de miembros adecuado capaz de proveer de la información suficiente y generar diferentes oportunidades de viajar. Los familiares y amigos se convierten en los soportes que permiten la migración, debido a que pertenecen a la misma comunidad, que se conocen entre ellos, es decir, la red tiene la *densidad* necesaria. Las redes irán reforzándose y ampliándose cada vez más, lo cual facilita la construcción de relaciones económicas, culturales y sociales entre el lugar de origen y el lugar de destino. La información fluye cada vez más rápido, lo que vuelve cada vez más atractivo el lugar de trabajo, en este caso México, como las anécdotas de los entrevistados confirman.

La información, como hemos mencionado, es un elemento importante para tomar la decisión de migrar. Dentro de la población kichwa otavalo se difunde con rapidez el éxito de los comerciantes, por lo que se crean con mucha facilidad los rumores de que algún país o alguna mercancía es rentable para el comercio. Aunque muchos mindaláes inician sus viajes con este dato, cuando llegan al país de destino saben que los otros kichwa otavalos no les ayudarán con información detallada sobre dónde exactamente y qué mercadería vender, como lo mencionamos anteriormente. Esta información es celosamente guardada entre los miembros de las redes familiares originales y tiene que ver con un tema de competencia; los pioneros buscarán sacar ventaja el mayor tiempo posible de esta información antes de esta se propague entre el resto de kichwas. Por esta razón, los otavalos son extremadamente reservados con la información que han conseguido durante su trabajo, pues muchos consideran que los demás kichwas “dañan el mercado” cuando empiezan a vender los productos cada vez más baratos y establecen una competencia desleal con los que llegaron primero. Esta tensión ha sido identificada también por Kyle (2003) entre comerciantes kichwas en Nueva York donde los “los comerciantes otavaleños protegen celosamente los contactos de los clientes y las informaciones relacionadas con los principales puestos de venta en el extranjero” (pág. 337). Por esta razón, una vez que Ana Fichamba, a quien introducimos anteriormente, terminó su contrato de trabajo y decidió quedarse e iniciar sola su propia empresa, su empleador le pidió que respetara los contactos y los clientes que él había conseguido durante esos años de trabajo en México y que ella había llegado a conocer por trabajar con él.

Al saber que la información es limitada, muchos kichwas la obtienen de otras personas ajenas a su red, por lo tanto la relación con otros comerciantes, compradores e informantes claves es importante para lograr diversificar sus trayectorias en búsqueda de mercados y de conocer las mercancías que son demandadas. Los kichwas, a través de estas nuevas relaciones, se incorporan a nuevas redes, gracias a estos puentes de comunicación con miembros de otros grupos, de acuerdo a Granovetter, estos lazos débiles les generan oportunidades de obtener mayores recursos. Es sobre todo en la participación en ferias que los kichwa otavalos se relacionan con otros comerciantes y logran conseguir información que les será de utilidad: conocer otras ferias en otros estados, tipos de mercancías que se podían vender, ciudades turísticas donde ofertar sus productos, contactos, entre otra información. De esta manera pueden iniciar los recorridos para su trabajo. Este tema se demostrará con mayor detalle en el siguiente capítulo.

Las redes permiten además tener conocimiento de los lugares donde se encuentran los kichwa otavalos, reconociendo las rutas y las trayectorias de los demás comerciantes y viajeros mindaláes. Esto demuestra la capacidad de reconocimiento que se tiene en el grupo y sobretodo los espacios donde existe mayor posibilidad de negocio.

En varios estados hay indígenas de Otavalo establecidos. Ya no hay muchos en el DF, la mayoría llegan allá pero de ahí se van a otros lados. En Querétaro, en Monterrey, en Aguas Calientes está la familia Maigua también, en Puerto Vallarta trabaja el Luis, Guadalajara, León, Oaxaca, en Cancún, Monterrey, Villahermosa, San Luis Potosí, Toluca... pero en México en todo el país en alguna ciudad debe haber un indígena, uno, uno... así como estamos en todo el mundo. (José Ruiz, SCDC, 2 de octubre de 2013)

Los comerciantes y viajeros kichwas están siempre en continua disputa. Desde la perspectiva de Long (2007) el capital social está incrustado en un conjunto de relaciones situadas en la sociedad y definidas por la cultura. Estas conexiones son activadas por los actores para lograr el acceso a ciertos recursos, pero también el intento de negar o bloquear el acceso a otros. Por esto que la información, un elemento clave, es guardado cuidadosamente por los mindaláes.

Pero las redes no solamente se limitan al caso de los negocios establecidos por los kichwas, sino también a un conjunto de interacciones sociales que mantienen como grupo. Existen momentos y espacios donde las “disputas comerciales” se dejan de lado y se buscan lugares de encuentro y recreación, como las reuniones familiares, festividades y eventos religiosos o sociales. Esto permite fortalecer las relaciones sociales y mantenerse al tanto de acontecimientos importantes en la vida cotidiana de los kichwa otavalos, la reuniones en las iglesias, en las fiestas de cumpleaños y en los eventos deportivos permiten mantener los lazos entre el grupo. Las redes son importantes en estos casos, pues a través de las interacciones con los miembros se dan apoyos y soportes en la migración. En este caso, quienes viajan con la familia consiguen establecer un grupo de apoyo y resguardo que facilita estar lejos de casa. Quienes viajan solos y no tienen familiares o amigos en el lugar de destino deben soportar dificultades emocionales y económicas,

Eso es bien feo cuando tú vas a otro lado, porque uno está acostumbrado a vivir con los papás y tu papá te explica pues esto es así, esto es bueno, esto tienes que hacer, él me explicaba todo, pero cuando vengo acá todo es diferente y me toca aprender solito. No sabes a dónde salir, no sabes si la gente de acá te está robando, entonces tuve que aprender todo eso poco a poco. Me sentía muy mal porque no sabía con quién platicar, quien te pregunte cómo te fue hoy. Yo estaba quedándome en la casa de mi padrino [Ernesto Gramal] pero no nos hablábamos como con mi papá o mi hermano. Ellos no conversan porque dicen que están cuidado su trabajo, dicen que ellos buscan un lugar y que si luego avisan a alguien entonces van a vender menos, entonces por eso casi no hablaban conmigo. Y hasta ahora cada uno por su lado, como viste ayer, pasó saludándome mi padrino, me dice cómo estás pero hasta ahí, nada más (Amaru Burga, SCDC, 3 de diciembre de 2013).

Las redes son elemento crucial para entender las prácticas migratorias de los kichwa otavalos, pues la mayoría conforma sus redes familiares, pero es debido a la relación con otros grupos sociales y otras personas pertenecientes a otras redes mediante a la creación de redes exocéntricos, como anota Lomnitz (1975), o lazos débiles, según explica Granovetter (1995), que ha sido posible llegar cada vez más lejos y posibilitar la experiencia migratoria transnacional. A través de los continuos viajes, con la expansión de conocimiento y creación de nuevos lazos que estos conllevan, los kichwas van construyendo mayor capital social, lo que les permite entender el funcionamiento de los mercados y las mercancías, de las normativas y leyes en los lugares de destino, e incluso cómo negociar con éstas. El

capital económico es importante para el establecimiento de sus negocios en diferentes países, pero es sobre todo la información obtenida a través de ‘chismes’ o comentarios, entre kichwas en Otavalo o fuera de este grupo, lo que les permitirá tomar decisiones sobre a dónde viajar, en qué invertir y en qué mercados involucrarse.

3.4 Roles, negocios familiares y desmembraciones.

Como se ha descrito anteriormente, la mayoría de los comerciantes utiliza sus redes familiares para poder abarcar una mayor cantidad de eventos, ferias y ciudades donde trabajar. Por ello, el papel de los hijos, hijas y demás familiares es relevante a la hora de establecer los negocios en los países de origen y de destino. Para poder hablar de cómo se conforman los negocios familiares y los roles que cumple cada uno, me enfocaré en el caso de la familia Gramal-Fichamba, una de las familias más grandes en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. En este ejemplo buscaré explicar cómo se construyen también otro tipo de redes:

Ernesto Gramal y su esposa Mercedes Fichamba son de la comunidad de Quinchuquí, pero desde hace varios años viven en Otavalo. Tienen seis hijos, Kory, Sayri, Diana, Karina, Túpak y David. Don Ernesto viajó por primera vez a Colombia a los 17 años con su padrino. El dinero que tenían lo invirtieron en los pasajes, pues querían cerciorarse que era verdad que en Colombia se podía vender bien la artesanía otavaleña. Después de varios años viajó a Europa a buscar nuevos mercados. Viajó con varios músicos y comerciantes, pero el negocio no marchó bien, por lo que en Ecuador las deudas empezaron a crecer. En varios meses, gracias a la ayuda de una familia holandesa que lo acogió y de otros comerciantes kichwas que le dieron una mano, logró recuperarse. Al crecer el negocio, necesitaba de la ayuda de alguien, por lo tanto llevó a su hija Kory, quien tenía 13 años y había dejado sus estudios para dedicarse a la venta de artesanías en la Plaza de Ponchos. Con ella iniciaron las ventas en las ferias y a recorrer varias ciudades de Holanda. Don Ernesto se dedicaba a conseguir las mercancías para venderlas, mientras que Kory era la encargada de hablar con los organizadores de las ferias y eventos para conseguir lugares, pues hablaba un poco de inglés y eso era mucha ventaja estando en un país donde no conocían la lengua.

Una vez que lograron conseguir el dinero para pagar las deudas regresaron a Ecuador. Sin embargo, Kory quería seguir viajando, por lo tanto buscó la ayuda de otros familiares para que la llevaran, pues seguía siendo menor de edad. Finalmente sus tíos la llevaron a Suiza junto con su hermano Sayri. Se dedicaron a la venta de artesanías, pero también encontraron buen mercado en la venta de bisutería hindú. Después de dos meses de trabajo, habían logrado pagar la deuda que tenían para la compra de sus pasajes. Al ver que el negocio estaba bien, también fue su hermana menor Diana, quien a penas había terminado la escuela. Entre todos decidían cómo trabajar y por lo tanto se distribuían las ferias y los lugares donde se podían vender. Don Ernesto al ver que el negocio que habían emprendido sus hijos era rentable, les propuso trabajar en sociedad, ellos invertían el dinero que habían ganado y sería Don Ernesto el encargado de comprar las telas en Italia, de hacer los trámites de importación a Ecuador y la venta de las telas en Otavalo. Fue un negocio muy rentable durante varios años, sin embargo, empezaron a tener competencia y por lo tanto el negocio decayó, pero dejándoles buenas ganancias por haber sido los pioneros. Para ese entonces, en el año 2000, el señor Gramal había escuchado que México era un buen lugar para trabajar. Solicitó la visa en la Embajada de México, la cual le dieron sin ningún contratiempo porque tenía varias entradas a Europa y además poseía varios bienes inmuebles que estaban a su nombre. Llegó en compañía de su esposa, y se quedaron pocos días, pues quería ver si era verdad lo que los kichwas decían. Una vez que llegó a la zona del centro de la ciudad de México, se encontró con varios comerciantes kichwas que le preguntaban si había traído mercancía. Esa fue la información que él necesitaba. Así mandó a llamar a sus hijos para iniciar el trabajo en México. Kory, Sayri y Diana llegarían pocos meses después de su padre. Se ubicaron en las calles del centro histórico y colocaban sus puestos como el resto de los comerciantes. Entre más puestos lograran tener, mayores eran las ganancias. Viendo que el negocio iba bien, Don Gramal contrató a varios familiares suyos en Otavalo, los cuales llegaron a México bajo un contrato para trabajar por un año.

Don Ernesto y sus hijos trabajaban como socios ya que todos habían invertido algo de capital en la compra de mercancías. Todos los hijos trabajaban como vendedores, (vendían en las calles del centro histórico, ofrecían mercancías al por mayor, por lo que viajaban de ciudad en ciudad, y además participaban en ferias alrededor del país) mientras el señor Gramal era el que se dedicaba a comprar y surtir la mercancía, por lo que realizaba

varios viajes a Ecuador y Perú para abastecerse de artesanías. Una vez que se desalojaron a los vendedores en el Centro Histórico de la ciudad de México, muchos empezaron a dedicarse exclusivamente a la búsqueda de eventos y ferias donde participar. Pero también buscaban compradores de las artesanías en diferentes ciudades del país. En uno de los eventos que estaban participando, una comerciante mexicana les comentó que en Chiapas, en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, también vendían las chalinas que Don Ernesto y sus hijas comercializaban. Es así que Kory y Diana llegarían a San Cristóbal en búsqueda de compradores para las bufandas y chalinas. Después de varios años de hacer entrega al por mayor, fue don Ernesto quien viajó a San Cristóbal para cobrar las deudas, ya que toda la mercancía que sus hijas dejaban eran fiadas.

Una vez que estuvo en esta ciudad, vio que había mucho turismo y que podía ser una buena alternativa conseguir un local para vender la artesanía por unidad. Cuando logró conseguir un pequeño espacio, llamó a sus hijas Kory y Diana para que también se quedaran en la ciudad. Ellas permanecían por pocos días en San Cristóbal, pues solamente llegaban a entregarle la mercancía a su papá. Kory y Diana fueron las primeras en casarse, por lo tanto debían empezar sus propios negocios, Don Gramal consideraba que él les había enseñado cómo trabajar y cómo iniciar sus negocios exitosamente y lo único en lo que les apoyó fue cediéndoles alguno de los locales que había conseguido. Lo mismo pasó con Sayri y Karina, quienes llegaron después a San Cristóbal de Las Casas y quienes también estaban ya casados. El único hijo soltero que se encuentra en México y con el que trabaja Don Ernesto es Túpak, con él mantiene una pequeña sociedad pues mientras Túpak estudia y trabaja en uno de los locales, Don Ernesto viaja a Ecuador para surtirse de mercancías.

En el caso de Túpak, todos los hermanos mencionan que solamente llegaron a estudiar la primaria, por lo que lo incentivaron para que él estudiara la universidad, sobre todo algo que pudiera ayudar a expandir los negocios que mantienen. Al ser el menor, considera que los estudios podrían ayudarlo a mejorar la manera de llevar los negocios de su familia, pero sobretodo proyectándose a su vida en el futuro. Su intención es quedarse en México y trabajar durante unos años más. El resto de hermanos tienen la idea de trabajar de tres a cinco años y luego retornar a Ecuador. Otavalo sigue siendo el lugar de referencia para muchos de los kichwa otavalos en general, su propósito es retornar al país e iniciar un negocio, aunque saben que no ganarán lo mismo que en el extranjero. Su identidad como

mindaláes permite y facilita su movilidad, lo que ayuda a mantenerse como itinerantes, sin apego al lugar donde se encuentran. Sin embargo, en ocasiones los hijos son elementos que atan a un lugar; una vez que entran a la escuela, los padres deberán esperar que terminen sus estudios para poder viajar o tomar la decisión de cambiar de ciudad. Ello evidencia que en ocasiones la decisión de quedarse un poco más tiempo en un sitio en lugar de regresar o ‘aventurarse’ en otra ciudad o país, también responde a razones paralelas a su actividad como comerciantes. Todos estos cambios también dependerán de varios elementos, como hemos visto anteriormente, el establecimiento de requisitos migratorios cada vez más estrictos o nuevas leyes que perjudiquen a los negocios, serán considerados también a la hora de cambiar de lugar de trabajo.

Un elemento importante de análisis es entender *la centralidad* del migrante, es decir la distribución del poder que tienen los miembros dentro de la red. En este caso podemos mencionar a Don Ernesto Gramal, quien fue el pionero y quien abrió paso a sus hijos, familiares y empleados y sobre quienes recaían ciertas obligaciones y responsabilidades para el buen funcionamiento de los negocios. Sin embargo, una vez que los hijos, familiares y empleados se casan o inician sus propios negocios, la relación se vuelve más horizontal, y estas nuevas redes consiguen su propia información, contactos y coaliciones externas, por lo que estas nuevas redes tendrán una densidad y centralidad propia. Las redes familiares, con lazos fuertes, permiten crear un propósito que se lleva a cabo conjuntamente entre los miembros de la familia, pero la interacción con otras redes de comerciantes y personas clave para llevar a cabo el negocio, también han permitido llegar más lejos; estos lazos débiles abren la posibilidad de obtener la información necesaria para encontrar nuevos productos y nuevos mercados donde involucrarse.

Las formas de trabajo entre los kichwas son muy diversas, sin embargo, lo relatado en los párrafos anteriores se asemeja a lo que usualmente sucede en las sociedades familiares de comerciantes kichwas. Aunque también existen casos donde los familiares logran establecer las pautas de trabajo y mantienen la sociedad a pesar de que uno de los miembros se case. Como han mencionado algunos kichwas, ya dependerá si la persona que se casa “quiere salirse de la sociedad e iniciar su propio negocio, pero más bien es cuestión de arreglar las cosas desde el principio para no tener problemas” (Patricia Cabascango, SCDC, 2 de diciembre 2013)

Las redes son bastante dinámicas, permiten obtener ciertos beneficios que facilitan la posibilidad de viajar y de migrar. La información, como hemos visto, es un elemento importante dentro de las redes de los kichwas, al abrir oportunidades para los visionarios mindaláes, aunque estas impliquen riesgos. Son los pioneros los que deberán tener la capacidad para movilizar ciertos recursos de las redes que permitan iniciar el viaje y establecer sus negocios. El capital social adquirido durante los viajes previos, para muchos de los mindaláes, permite saber negociar con las estructuras legales como migración o aduanas, así como también para encontrar lugares adecuados para negociar. Las redes y el capital social están presentes y activos durante todo el transcurso de la vida migratoria, desde la concepción de la idea de viajar, el momento de implementar un negocio, cuando se elaboran estrategias de comercio y diversificación comercial, hasta el momento del retorno.

CAPITULO IV. MERCANCIAS, VALOR SIMBÓLICO Y ESTRATEGIAS DE COMERCIO

Este capítulo se enfocará en entender cómo los kichwas en México Distrito Federal fueron diversificando su área de comercio y cómo en San Cristóbal de Las Casas encontraron un mercado diferente al artesanal y al turismo étnico para ingresar en un comercio más contemporáneo como la “ropa fashion” o la “ropa de marca”, que atrae a otro tipo de cliente. Así también, se analizarán las estrategias para promocionar sus negocios, las cuales son cada vez más dinámicas, novedosas pero también más competitivas con otros comerciantes de la ciudad, pero sobre todo entre los mismos kichwas. Finalmente, se hablará sobre las redes de comercialización de estas nuevas mercancías ofertadas por los kichwas y del “régimen des-formalizado” de comercio en el cual se insertan los negocios de estos comerciantes.

4.1. Trayectorias y diversificación comercial

Los comerciantes kichwa otavalos han sido reconocidos como un pueblo que se adapta a las necesidades del mercado. En los primeros viajes recorrieron varias ciudades y pueblos del Ecuador ofertando sus productos textiles como vendedores ambulantes, pero también se dedicaban a la venta de alimentos, de ganado, entre otros. Los kichwas que empezaron a viajar fuera del país, encontraron en sus textiles, en otros artículos artesanales y en la interpretación de música andina, la posibilidad de mejorar los ingresos y su calidad de vida. Además, los viajes les daban un cierto tipo de reconocimiento social dentro de la comunidad, pues un comerciante exitoso tendría la posibilidad de adquirir bienes inmuebles, automóviles y ciertos bienes culturales que demostrarían su superación económica y social. Las artesanías jugaron un papel muy importante para lograr esto, pues fueron éstas las que les abrieron las puertas de varios mercados alrededor del mundo. Sin embargo, una creciente competencia con productos similares de menor costo, hicieron que los artesanos kichwas empezaran a producir en grandes cantidades pero con menor calidad. Poco a poco fue decayendo la producción textil y artesanal de los kichwa otavalos y los comerciantes y viajeros empezaron a involucrarse en otros mercados, buscando los

productos llamativos pero también más rentables para la venta. En la actualidad, como he mencionado a lo largo de esta tesis, son cada vez menos los comerciantes que venden artesanías ecuatorianas y más los enfocados a la mercantilización de productos chinos e hindús, pues significa mejores ganancias.

La identidad étnica jugó un papel muy importante durante años de viajes en las calles de Europa y Estados Unidos, pues fue un eje clave para la comercialización de las artesanías y la interpretación de música folclórica andina. Es la identidad de ese otro “exótico” que permitió a muchos entender cómo podían insertarse en las lógicas de mercado y que sobretodo generaba grandes ganancias:

La historia de desarrollo económico de Otavalo muestra la flexibilidad y practicidad de un grupo humano que intencionalmente dirige su producción para el mercado local de turistas y para la exportación internacional, sustituyendo una producción manual artesanal por una producción en serie de artesanía exótica. Su estrategia como comerciantes transnacionales, ha ido incorporando la cultura material de otros grupos indígenas de América, comerciando tanto en Otavalo como en el resto del mundo con “artesanías auténticamente inauténticas” (Maldonado, 2004: 51).

De esta manera, el comercio kichwa otavalo muestra a “la perfección la lógica del capitalismo tardío o también llamado cognitivo, una lógica en la que los bienes culturales no pueden separarse de sus productores ya que es la etnicidad o la identidad exótica de ese otro que les otorga su valor” (Ruiz, 2008: 55, 56). Pero, este comercio transnacional de artesanía y textiles, debido a la coyuntura económica, legal y comercial cambió mucho desde hace varios años.

Los viajes se inician como una manera de sondear el mercado, para esto será necesaria información de otros comerciantes kichwas que se encuentren en esos lugares, aquí el “chisme” o los “rumores” juegan un papel importante, pues brindan datos relevantes para saber qué tipo de mercancía se puede llevar, en dónde se puede vender y si es un buen lugar para iniciar sus negocios. Una vez que consiguen la visa, los kichwa otavalos siempre van con intenciones de negocios, compran mercadería y arman varias maletas con las que emprenden su viaje. Durante los inicios de esta migración a México la entrada de mercancías no tenía mayores requisitos. La mayoría de kichwas llevaba, y hasta ahora

llevan, los productos artesanales en maletas de equipaje sin mayor dificultad y sin la necesidad de declararlos en la aduana. Debido a la gran afluencia de comerciantes kichwa otavalos, muchos mencionan que en la actualidad ya los reconocen en los aeropuertos y automáticamente revisan sus maletas, por lo que deben llevar consigo facturas menores de 300 dólares en mercancía, en ocasiones estos documentos funcionan, en otros son los oficiales de Aduana los que establecen los precios de las mercancías y solicitan el pago de impuestos.

Como se relató en el capítulo anterior, Don Ernesto Gramal llegó a México por comentarios de la gente y quiso verificar si la información era cierta. Se enteró que las chalinas elaboradas en Peguche, tenían mucho éxito y entonces arrancó su negocio importando esta mercancía y entregándola al por mayor a los comerciantes kichwas. Los suéteres de lana, gorras, camisas de manta y suéteres peruanos también eran los artículos más demandados por los comerciantes kichwas radicados en México. La venta de las chalinas se realizaba en las calles del Centro Histórico de la ciudad de México, en donde alquilaban pequeños puestos a los “coyotes”, quienes eran los encargados de informar a los comerciantes si algún policía se acercaba al lugar, pues al tratarse de una práctica “ilegal”, éstos podían decomisar la mercancía. Esta práctica se le conocía como “torear”,

Nosotros cuando llegamos a México vimos que todos los tíos estaban vendiendo en las calles del centro. Ponían todas sus cosas en una lona de plástico y ahí uno hablaba con alguno de los que estaba a cargo y nos dejaban ponernos, claro que teníamos que pagarles, pero si se vendía bien. Eso si, como dicen que no era legal vender ahí a veces venía la policía y nos tocaba salir corriendo a donde sea. Toditos salíamos corriendo, en un ratito ya no había nadie en la calle. Así vendíamos nosotros durante varios años, toriando no más pasamos nosotros ese tiempo en el DF (Diana Gramal, SCDC, 2 de octubre 2013).

La venta de chalinas elaboradas en Peguche, eran las que mayor éxito tenían, por lo que la mayoría de los artesanos se dedicaba a vender este producto,

Las chalinas vendíamos 300 en una hora, cada una en 100 u 80 pesos. Tres veces al día teníamos que ir al hotel a traer mercancía. Luego mi hermana me dijo que me vaya a buscar otro puesto en otra calle. Tocaba pagar 100 pesos para que los coyotes nos dejen trabajar. En ese entonces entraron más indígenas y todos vendían chalinas,

nadie se atrevía a traer más cosas porque eso era lo que se vendía. De ahí bajó el precio de las chalinas, si vendíamos a 100 luego se vendía a 80, a 60 y llegó hasta 3 chalinas por 100 pesos. (Diana Gramal, SCDC, 2 de octubre, 2013.)

La venta callejera es considerada la escala más básica de trabajo y en ocasiones un rito de paso para los recién llegados y con menor experiencia, sin embargo, esta es la actividad que permite obtener los primeros beneficios para optar a una ampliación de movilidad, generar los primeros ingresos para invertir en la compra de más mercancía. Pero en el caso de los kichwas, esta práctica se vio interrumpida cuando en el año 2009 se ejecutó El Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, el cual contemplaba la construcción de 27 centros de comercio popular y la reubicación de cerca de diez mil comerciantes ambulantes que ocupaban las calles del centro de la ciudad (Silva Lodoño, 2010). Frente a esta situación, muchos kichwas tuvieron que encontrar nuevos espacios donde comercializar sus mercancías. A partir de entonces se diversificaron las formas de comercialización de los kichwas, de la siguiente manera:

La renta de locales en los mercados artesanales del centro: El mercado artesanal Uruguay fue uno de los más cotizados. Al ubicarse en pleno centro de la ciudad de México, muchos rentaron pequeños locales donde exhibirían sus productos, básicamente artesanías que traen de Ecuador, Perú o China. Los kichwas que se ubicaron en este mercado ofertan sus productos al por mayor. En estos puestos ofrecen chalinas, suéteres, bufandas, camisas, vestidos de algodón, gorras de lana, entre otros, pero sobre todo hacen los tratos con los compradores minoritarios quienes hacen los pedidos y luego los despachan. Varios comerciantes kichwas y también mexicanos se acercan a estos puestos en donde elegirán las mercancías que quieren y harán los tratos con los mayoristas. En realidad, este es el lugar donde ofertan sus productos pero el resto de las mercancías están almacenadas en bodegas cerca de este lugar. Las mercancías que promocionan en estos puestos ya no son solamente traídas en maletas en sus viajes a Ecuador o Perú, sino que son mercancías que han sido traídas por carga, es decir, son grandes cantidades de mercancía que han sido transportadas por mar o por avión y que deben pagar los costos de aduanas. En ocasiones los kichwas revenden productos hindús y chinos, pues mantienen relaciones comerciales con empresarios de estos países. Al respecto David Flores , un joven kichwa radicado en la ciudad de México, nos menciona,

Un tío puede llegar a un local de un chino y comprarle unos 30 mil pesos en mercancía, mientras un mexicano llega y le compra unos 2 mil pesos. Así que los chinos lo que hacen cuando llega mercancía nueva, les llaman a los ecuatorianos por teléfono y les avisan. Los ecuatorianos estamos donde sea y siempre imponemos la moda, bueno la moda china e hindú. Siempre estamos buscando novedades, tenemos buen ojo para saber qué se va a vender. A veces los chinos y los hindús mismos nos preguntan a los ecuatorianos por medio de fotografías, nos muestran lo que están haciendo en china y uno les dice cuáles son los modelos que deben de traer. Ellos confían mucho en lo que les decimos ya que nosotros mismos les vamos a comprar. Ellos ya por septiembre o antes ya tienen las fotos de los modelos para invierno, luego nos preguntan qué modelos deben traer. La verdad es que los ecuatorianos saben bien lo que puede pegar. Bueno no es 100% seguro pero en la gran mayoría los tíos compran cosas que se van a vender (David Flores, México, 4 de noviembre, 2013).

Quienes tienen esta capacidad adquisitiva, comprarán grandes cantidades de mercancía y la revenderán en los mercados artesanales. Este es un negocio que hasta el momento se mantiene, ya que entre los kichwas también se pueden “fiar” los productos, existe una confianza y familiaridad para poder hacer esto.

Participación en ferias: Muchos kichwas se dedicaron a participar en ferias en varias ciudades en todo el país. Sus residencias estaban ubicadas en el Distrito Federal, pues es la ciudad estratégica desde donde se puede viajar a cualquier lugar e incluso donde pueden abastecerse de mercancía. La participación en una buena feria requiere de buenas relaciones con otros comerciantes, pues son quienes brindan información clave a la hora de conseguir buenos lugares y buenas fechas para participar, son quienes recomiendan en qué eventos se puede participar. Por esta razón, los viajes de ciudad en ciudad son continuos y pueden durar varias semanas. Para ahorrar dinero, muchos se acomodan en estos mismos puestos para dormir, con lo que evitarán el pago de hoteles y buscarán baños públicos para el aseo personal. Participar en ferias es una de las posibilidades de hacer negocios, pero el trabajo es duro y demanda varios sacrificios como nos explica Sisa Maigua, una joven kichwa que ahora es propietaria de uno de los locales en el Andador en San Cristóbal de Las Casas y que empezó trabajando en varias ferias alrededor de la República,

Al principio si me dio miedo porque se tiene que quedar allá por lo menos 10 días o dos semanas, sin volver, sobre todo si estaba lejos de la casa, no se puede regresar ni nada de eso. Uno tiene que quedarse como a vivir ahí, porque ahí mismo se duerme, ahí mismo se come, todo ahí. Y para el aseo se busca un baño público y eso, es algo incómodo al principio porque uno no ha tenido que hacer esas cosas allá en Ecuador, o sea siempre ha habido mucha comodidad. En las ferias se conoce gente, se viaja, es una aventura. Pero si es difícil también, aunque uno llega a las ferias y vende lo que tiene (Sisa Maigua, SCDC, 4 de diciembre, 2013).

Esta forma de comercio fue la más practicada por la mayoría de kichwas, pues implica buenas ganancias en poco tiempo y requiere una inversión no tan grandiosa para el traslado, pago por el puesto y la compra de mercancía. Aunque fueron las ferias las que permitieron a los kichwas conseguir negocios exitosos, en la actualidad existen cada vez menos eventos que valgan la pena participar.

De ley las ferias antes si te resultaban. Yo participé en Tuxtla hace 7 años, fui a la feria y vendí en esos 20 días unos 140 mil pesos. Luego bajó a 120 mil, que seguía siendo bueno. Luego 90 mil, luego 60 mil y así hasta que llegó a 30 mil. Ahí ya no vale la pena pues. Necesitas algo novedoso, pero ahora como casi todo lo que se vende es chino o hindú, todo mundo puede llevar a vender esa mercancía y ya no es novedad. Todos por vender regalan los precios y la gente ya no se emociona como antes y ya no compra (David Flores, México, 4 de noviembre, 2013).

Como gran cantidad de kichwas buscaban ferias para participar, era fácil encontrar varios compatriotas en el mismo lugar, vendiendo la misma mercancía y estableciendo una competencia que reducía las ganancias. Esto generó el desinterés de algunos kichwas por seguir participando.

Cada año las ferias iban bajando, en cada feria había muchos tíos, entonces había mucha competencia, porque todos los ecuatorianos venden lo mismo. Hay muchas ferias en las que me topaba, yo quería hablar pero ellos no querían decir nada. Por la competencia, por eso ya tocó buscar ya otros lados a donde irse y hacer otras cosas (Ana Fichamba, SCDC, 10 de noviembre de 2013).

En la ciudad de México se lleva a cabo cada año la Feria de Las Culturas Amigas. En el año 2013 este evento se realizó en el Paseo Reforma y el Consulado de Ecuador en México, a través del Ministerio de Asuntos Culturales, colocó un *stand* para exhibir los productos artesanales elaborados en Ecuador. Los comerciantes kichwas se organizan para poder participar, por lo que realizan varias reuniones previas con los responsables del

Consulado, mismos que eligen a los artesanos que invitarán. La feria dura dos semanas; en la primera semana participan unos comerciantes y en la segunda se da oportunidad a otros. Los músicos kichwas también aprovechan esta oportunidad para tocar en vivo y vender sus discos y algunos instrumentos de viento. La Embajada Ecuatoriana recibe varias invitaciones como esta para que productores y artesanos de Ecuador participen en estas ferias, sin embargo, los kichwa otavalos mencionan que solamente algunas valen la pena, por lo que no siempre participan.

Stands en supermercados: En la actualidad varios jóvenes han buscado una nueva forma de comercializar sus productos que hasta el momento les ha resultado bastante rentable. Esta nueva forma consiste en arrendar pequeños stands en supermercados como Chedraui, Sams o Bodega Aurrerá, en la ciudad de México. Por el momento son muy pocos kichwas que se dedican a este tipo de trabajo; básicamente encuentran un supermercado donde les alquilen un pequeño espacio en el que puedan ubicar su stand y vender blusas, bufandas, gorras y varios accesorios para damas, sobre todo chinas e hindús. Algunos de estos stands son permanentes, mientras que otros son temporales y se los coloca en la época de fiestas patrias y navidad. Esta práctica se realiza cuando los kichwas no logran encontrar ferias donde participar.

Búsqueda de compradores al por mayor: Después de que las ventas ambulantes en las calles del Centro Histórico de la Ciudad de México se terminaran y luego del deterioro de las ferias, muchos kichwa otavalos se dedicaban a buscar compradores para las artesanías que todavía tenían en bodegas. Iban en búsqueda de ciudades donde existieran plazas o mercados artesanales. Con un mapa en mano recorrían varias ciudades de México cargando consigo una gran cantidad de mercancía que buscaban vender y recuperar algo de lo invertido.

Mi papá nos mandó a mi hermana y a mí a buscar lugares artesanales para que vendamos las chalinas al por mayor. Nos daba un mapa y así nos mandaba a ver en las ciudades turísticas dónde podíamos encontrar compradores para lo que teníamos. Así nos fuimos a Guadalajara, Guanajuato, San Miguel de Allende, Toluca. De ahí cuando encontrábamos quien nos compre le dejábamos la mercadería y nos regresábamos al DF para agarrar más. Alguien nos dijo que en Chiapas era bueno, que ahí había un mercado grande donde vendían los indígenas. Así nos fuimos

primero a Cancún a ver, luego llegamos a Tuxtla, porque pensábamos que ya eso era Chiapas, pero no encontramos ese mercado que decían. Solo en un parque vimos unos pocos negociantes y a ellos les preguntamos dónde quedaba ese mercado grande. Ahí nos dijeron que era en San Cristóbal, a una hora de ahí. Ya cuando llegamos acá vimos que ha habido mucha artesanía. Entramos a una tienda y la señora nos dijo que le demos a ella todo lo que habíamos llevado y que luego nos mandaría a traer más. Así empezamos a entregar las chalinas por acá. Así conocimos San Cristóbal [...] En esa época ya habían ya unos indígenas de Ecuador también que han sabido entregar mercancía por acá (Kory Gramal, SCDC, 26 de noviembre de 2013).

Esta búsqueda de nuevos compradores les abrió las puertas para el ingreso a los kichwas a Chiapas y a San Cristóbal de Las Casas, en donde establecerían sus negocios, tal como lo veremos en el siguiente apartado.

En algunos casos, dependiendo del número de personas en una familia, o la cantidad de empleados que tengan, los comerciantes kichwas se pueden dedicar a realizar todas las actividades antes mencionadas, lo cual les genera mejores ingresos y la ampliación de su negocio. Como vemos, los kichwas establecen diferentes formas de comercialización, lo cual hace más rentable su negocio y sus empresas. Esto se logra en la medida en que las redes familiares se refuerzan y el trabajo es llevado a cabo de acuerdo a los roles que entre ellos se establecen. La información sigue siendo clave para lograr ajustarse y adaptarse a las demandas cada vez más exigentes y cambiantes del mercado. A continuación veremos cómo los kichwa otavalos que llegaron a San Cristóbal de Las Casas empezaron a diversificar nuevamente su negocio y cómo llegaron a establecerse en locales comerciales y cómo fueron cambiando y modificando las mercancías hasta llegar al negocio que actualmente manejan.

4.2 Estrategias de comercialización. Artesanías vs. Ropa Fashion

San Cristóbal de Las Casas es cabecera municipal y una ciudad ubicada en el estado de Chiapas; su población es de aproximadamente 190.000 habitantes según el Censo de Población y Vivienda 2010. En el año 2003, la Secretaría de Turismo (SECTUR), la

incluyó dentro de los Pueblos Mágicos²⁰ de México, debido a su arquitectura colonial y manifestaciones socioculturales como una oportunidad para el aprovechamiento turístico. Se encuentra a 56 km del aeropuerto de Tuxtla, lo que facilita el ingreso de turistas por vía aérea, y cuenta con un buen número de compañías de transporte que viajan desde la Ciudad de México. Es desde San Cristóbal donde se realizan rutas turísticas por la zona, hacia poblados como Chamula, Zinacantán, Ocosingo, la Zona Arqueológica de Toniná y Palenque, entre tantas otras. Se considera una ciudad cosmopolita por la diversidad cultural que es posible encontrar en sus calles. Su centro histórico es el lugar donde más comercio tiene lugar, pues existe una gran diversidad de negocios como restaurantes, cafeterías, comedores, tiendas de *Souvenirs*, de artesanías y textiles, de ropa, de joyas, además de contar con el mercado artesanal Santo Domingo. En los Andadores principales se puede encontrar a mujeres y niños que venden de manera ambulante, textiles y cerámicas de la zona. El turismo ha atraído también a un sinnúmero de extranjeros, los cuales también tienen negocios en la zona, y por esta razón es fácil encontrar una buena cantidad de comida, productos y elementos de diferentes partes del mundo. De esta forma, atraídos por la oportunidad de trabajo y comercio en una ciudad cosmopolita y diversa como esta, es que los kichwa otavalos también llegaron a San Cristóbal de Las Casas.

Los kichwas llegaron a esta ciudad en búsqueda de mercados para las artesanías otavaleñas que ya no se lograban vender en las calles del Centro Histórico de México ni en las ferias alrededor del país. En los relatos de los kichwas no queda claro quién fue el primero en llegar a Chiapas y a San Cristóbal de Las Casas, aunque se mencionan a dos familias que entregaban chalinas al por mayor y que consideran los pioneros en el negocio en esta zona: la familia Perugachi y Anrango. En la actualidad estas dos familias ya no trabajan en este sector. Fue la familia Gramal la que tiempo después llegaría y establecería su negocio en la ciudad. Kory y Diana fueron las primeras de la familia Gramal que llegaron a San Cristóbal, como narra Kory en el testimonio que presenté anteriormente. Al inicio, ellas entregaron sus mercancías en una de las tiendas cerca del Mercado Santo Domingo y la dueña de la tienda les dijo a las dos jóvenes que le gustaría comprar toda la mercancía y que la próxima vez que vinieran les pagaría, pero les pedía que nada de lo que

²⁰ “Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”. En: www.sectur.gob.mx.

ellas traían lo entregaran a los comerciantes del mercado, pues ellos “no pagaban”. De esta manera la familia Gramal empezó a entregar grandes cantidades de chalinas en la ciudad. Cada mes viajaban a Chiapas para cobrar y entregar más mercancía. Luego de cuatro años de trabajar de esta manera, fue el señor Ernesto Gramal quien viajaría a San Cristóbal para intentar cobrar la deuda que no lograron recuperar sus hijas. Don Ernesto al llegar a la ciudad y observar el mercado de artesanías y una gran presencia de turistas, reconoció que este sería un buen lugar para trabajar. A parte de cobrar la deuda que la dueña del almacén había tenido con sus hijas, decidió entregar mercadería a los comerciantes del mercado. Los comerciantes locales le pedían toda la mercancía y se comprometían a pagarle al finalizar el día. Así inició su comercio con los vendedores indígenas de la zona, pero esta decisión creó problemas con su primera compradora. Durante varios meses Don Ernesto empezó a viajar con regularidad a San Cristóbal a entregar la mercancía a sus nuevos compradores, al ver que el negocio estaba bastante rentable intentó buscar un local donde pudiera distribuir su mercancía e incluso poder venderla por unidad. Varios líderes del mercado Santo Domingo se enteraron que el señor Gramal había colocado este almacén y lo mandaron a llamar,

Ernesto Gramal: Luego un día querían hacerme correr a mi, se fastidiaron porque yo les vendía a los ambulantes. Ellos me decían, tú mismo me estás entregando a mi [a los líderes] y tú mismo estás vendiendo a los ambulantes que nos compran a nosotros, tú también te has puesto un local en el andador. En ese tiempo fiaba bastantísimo, en ese entonces tenía anotado en el cuaderno más de 500.000 pesos que había fiado, entonces los señores se fastidiaron y no quería que trabaje aquí.

TM: Los líderes del mercado?

Ernesto Gramal: Ajá. Me decían que debo venir a entregar, cobrar e irme, que debo regresar cada 8 días, 15 días o que sino les de el número de la cuenta para ellos depositar, pero que yo no debo vender aquí mismo. Entonces una vez me llamaron y atrás de la Catedral habían estado reunidos todos los indígenas, entonces yo fui solito. Llegaron dos mujeres a decirme que necesitaban mi presencia de urgencia, yo les dije que ya iba, que me dejen arreglar mis cosas, y me dijeron que no, que ahorita, ahorita necesitaban que vaya. Entonces fui y había muchísima gente, ellos ya habían planeado llevarme a Chamula para ponerme un castigo. Es que dicen que allá la gente castiga así, les bañan, les cuelgan desnudos, dicen que es costumbre de ellos. Me dijeron que si no me voy al DF ellos no me pagaban toda la deuda que tenían conmigo, yo cómo les iba a dejar si la deuda era de cómo 500.000 pesos que tenían que pagar. Por eso me alcé para recuperar ese dinero, por suerte me pagaron, pero había bastantes todavía que tenían deuda. De ahí si me amenazaban, decían que

quería que me vaya, que me alce de aquí porque quería quitarles el negocio y yo solito qué iba a hacer. Yo le avisé al dueño de la casa [del local que él alquilaba] porque era la única persona que conocía, él me dijo, no haga caso a esas chingadas, yo le ayudo me dijo, porque yo tengo un hijo militar, yo le llamo y para que a ellos les corra, aquí legal tu puedes trabajar. Ese señor me echó la mano, nadie más. De ahí me cerré unos meses el local y me fui al DF. Ya después que me habían pagado la mayoría, ya me debían solo como 30.000 o 40.000 pesos, yo decía si paga, paga, sino pues ... Otra vez me arriesgué y abrí el local, entonces vinieron y me dijeron, usted no entiende, usted está vendiendo todo escondido. Ahí el cerrajero que tenía el local al lado mío les dijo que si siguen molestando les iban a llamar al hijo del dueño de la casa que era militar, ahí ya no me molestaron nunca más. [...] Para entrar acá a San Cristóbal sufrí bastante, como quien dice que no entendía, me aguanté bastante, porque si fuera otro ya hubiera corrido rápido porque estaban amenazando aquí. (Ernesto Gramal, SCDC, 21 de noviembre de 2013)

En este caso podemos observar que se encuentra en disputa un espacio, un “campo” en palabras de Bourdieu, pues se trata de una sociedad cuyo espacio social y estructura contienen diferencias objetivas y que son entendidas como un principio de poder. Se convierte en un campo de lucha, donde los sujetos se enfrentan con medios y fines diferenciados. A pesar de que en un principio se crearon estas barreras para delimitar el espacio comercial de la población tzotzil y tzeltal en San Cristóbal, las negociaciones debieron realizarse en la medida en que los productos ofertados por los kichwas eran de beneficio para estos comerciantes locales, por lo que la estructura debe modificarse y los kichwas debieron transformar además su área de comercio a mediano plazo. Cuando los otavalos empezaron a vender ropa hindú y china, los comerciantes locales siguieron esa tendencia al cambio y comenzaron a vender otros productos, más rentables y no necesariamente elaborados por ellos mismo. Es decir, la modificación del comercio de los kichwas también motivó a los otros comerciantes locales a cambiar y modificar sus negocios, produciendo un efecto en cadena. Cuando muchos de los negocios de los mindaláes cambiaron radicalmente, se construyó un nuevo espacio, con la colocación de locales comerciales que se ubicaron en el Andador Eclesiástico (Ver Mapa. 3), dejando de lado el mercado artesanal y construyendo su nuevo espacio social y comercial que fueron factibles gracias a las redes familiares, al tipo de mercancías y la redirección de estos elementos para su beneficio.

Así inició su negocio Don Ernesto, frente a la presión de la gente, encontró el apoyo del dueño de la casa donde rentaba su local. Ya una vez establecido, mandó a llamar a sus hijas quienes llegarían después de un tiempo a colaborar con el trabajo de su papá. Ellas serían las encargadas de vender y entregar las mercancías a los comerciantes locales y Don Ernesto realizaría los viajes a Ecuador y Perú para surtirse nuevamente de productos para la venta en San Cristóbal. En esta época los suéteres de lana elaborados en Otavalo y los suéteres peruanos también serían productos que se vendían con facilidad, pues tenían buena acogida de los turistas y de los comerciantes locales. Para esta fecha, dos de sus antiguos trabajadores, Ana Fichamba y Javier Cabascango, también decidieron colocar sus negocios en la misma ciudad. Lo cual ocasionó una serie de disputas en la entrega de mercancías y los precios en los que se estaban entregando. Cada uno buscó locales y empezaron a comercializar las artesanías de Ecuador y Perú. Al entrar en competencia, el precio de los productos empezó a disminuir, y en un año el mercado se deterioró. Es por esta razón que se empezaron a buscar nuevas mercancías con las que se pudieran trabajar:

Nosotros cuando empezamos a trabajar en sociedad con mis hijas siempre trabajábamos con cosas mezcladas, con artesanía de Ecuador, de Perú, cosas hindús. En un lado poníamos artesanías y en el otro lado poníamos cosas hindús. Ellas ya le vieron cuál era más sacrificado, cuál tenía más ganancia. En estas cosas [suéteres peruanos] es mucho volumen y poca ganancia, en cambio en las otras cosas [mercancía hindú] es poco volumen y más ganancia, sale rápido. Entonces ellas fueron cambiando y a mí me dejaron con cosas gruesas, entonces ya se independizaron ya... Ellas ya querían ganar un poquito más, por eso ya se independizaron con el negocio, porque en esto no es que se gane mucho, se saca para pagar el arriendo y un poco de ganancia vendiendo al por mayor, pero no es mucho. Entonces empezaron con cosas hindús, con cosas más bonitas. Una de mis hijas todavía tiene algo de artesanía, pero el resto si cambiaron radicalmente todo. (Ernesto Gramal, SCDC, 21 de noviembre de 2013).

La artesanía hindú fue la que logró dinamizar nuevamente el comercio de los kichwas cuando el mercado de las artesanías ecuatorianas comenzó a decaer una vez que todos los otavalos habían empezado a trabajar y ofertar los mismos productos. Sin embargo, al ver que estas nuevas mercancías empezaron a venderse bien, los demás comerciantes kichwas empezaron a comercializar también lo mismo. No queda claro quién fue el primero en ir innovando los productos, pero todos mencionan que fueron los que tuvieron la idea y que el resto empezó a copiarlo. Lo que es cierto es que los productos

hindús dieron a los kichwas la posibilidad de estabilizarse y encontrar otra mercancía que fuera aceptada por los compradores y por tanto fuera rentable. Tal como nos dice Don Ernesto, esta mercancía era más fácil de vender y tenía buena acogida, por lo que sus hijas, una vez que se casaron y se independizaron, empezaron a cambiar poco a poco las artesanías por ropas cada vez más novedosas y más fáciles de comercializar. José Ruiz, esposo de Diana Gramal, nos cuenta cómo empezó a diversificarse el negocio en San Cristóbal,

Cambiar de mercancía si fue difícil porque la familia de mi esposa estaba acostumbrada a traer artesanía de Ecuador y al por mayor. Como trabajaban en sociedad con su papá entonces traían artesanías de Ecuador y de Perú. Pero en un año nos independizamos, ahí una vez nos fuimos al centro, en Mixcalco donde venden mercancías y vimos unas camisas hindús y nos preguntábamos si será bueno vender eso porque se parecían artesanía no más [...] Así compramos unas 30 camisas para probar, dijimos que si no se vendía hemos no más de vender al mayoreo, eran esas camisas que tienen bordadas unas mariposas grandotas. Ahí cuando llegamos le colgué en la puerta y rapidito una señora me preguntó a cómo estaban y le dije a 250 pesos y me compró no más y así ni se acabó el día y ya habíamos vendido las 30 blusas. De ahí le dije a mi esposa que ya se vendieron las blusas, entonces ella se fue al DF para comprar 50 más. Otra vez exhibimos y vendimos todo. Como ya fuimos conociendo fuimos trayendo un poco más de ropa, que eran hindús, blusas y vestidos. Ahí fue que decidimos cambiar la artesanía porque esa se estancó. Mis cuñadas seguían vendiendo las artesanías de Ecuador, nosotros fuimos los primeros en cambiar la mercancía, primero con la ropa china y la hindú. (José Ruiz, SCDC, 2 de octubre 2013)

Esta nueva mercancía también motivó a los kichwas a buscar otros espacios donde pudieran comercializarla, por eso, los locales que se ubicaban en la calle de mayor movimiento, el Andador Eclesiástico, que une la Catedral de San Cristóbal con el Mercado Artesanal Santo Domingo (Ver mapa. 3), fueron los más demandados. Pensando en la posibilidad de ampliar el negocio para otros familiares, se fueron tomando cada vez más locales.

Empezamos a buscar locales para que mis cuñados puedan trabajar acá en San Cristóbal. Vimos un local en el andador y mi suegro me dijo que agarráramos el local para él. De ahí empezamos con la maña de agarrar locales. Ya las tiendas más pequeñas no nos funcionaban porque la gente entraba más a los locales grandes. Ahí le dejamos la tienda al primo de mi esposa, el Amaru porque nos enteramos que andaba sufriendo en el DF y ahí le dimos ese local. Tuvimos 4 locales en menos de

seis meses. Como veíamos que se vendía bien, buscábamos un local más grande. Antes era caro, nos cobraban 9.800 pesos de arriendo, luego 10.000 y hasta 12.000 pagábamos acá, pero ahora si subió muchísimo. Ese año no más se vendió bien, porque se vendía todo el tiempo, pero de ahí empezó a bajar. Uno estaba contento de vender eso, pero después empezó bajando poco a poco. En ese tiempo empezaron a comprarnos los mismos de Santo Domingo, al principio tenían miedo porque decían que como no era artesanía no iban a vender, pero ahí una de las chicas chamulas se arriesgó y nos compró como unas 10 blusas, de ahí empezamos a distribuirles a los demás comerciantes de la Plaza Santo Domingo. Pero de ahí vieron los otros indígenas [ecuatorianos] y empezaron a vender ellos también. De ahí empezamos a vender todo lo mismo. La ropa hindú funcionó un año que si le aprovechamos bien, pero como ya todas las tiendas [de kichwas] empezaron a vender lo mismo entonces ya no iba bien. La gente decía que en San Cristóbal todas las tiendas venden ropa hindú (José Ruiz, SCDC, 2 octubre de 2013).

Poco a poco, la venta de ropa hindú empezó a decaer, por lo que varios kichwas empezaron a buscar en qué invertir. El mercado en San Cristóbal es bastante rentable, pues existe mucho turismo y muchos comerciantes sacan ventajas de esto. Por esta razón, buscar nuevas mercancías era indispensable. Todos los comerciantes kichwas dicen que es necesario sacar ventaja de las mercancías mientras duran, pues quien inicie o tenga la iniciativa de trabajar en algo rentable, debe intentar sacarle la mayor cantidad de ganancia porque uno nunca sabe cuánto va a durar. Es así que nuevamente se tuvo que innovar en el tipo de mercadería que se debía promover en San Cristóbal, así nos cuenta Ana Fichamba cómo ella decidió también cambiar de la artesanía a la ropa hindú y finalmente a la ropa china pero más casual,

Cuando llegó la competencia ahí bajó las ventas. Antes como éramos las tres tiendas nada más [de las familias Gramal, Cabascango y Fichamba], era más fácil y se vendían bien las artesanías porque en temporada de vacaciones llegaban los extranjeros y las artesanías les resultaban atractivas. Pero luego llegaron la competencia, daban más barato y ya se dañó el mercado. De ahí igual teníamos que buscar otra opción. Vendíamos ropa y artesanía hindú que también se quemó, se vendía bien pero ya luego no tanto. Eso si llamaba la atención de la gente. Pero como acá también llega gente de Tuxtla, gente más fina, entonces cuando vendíamos ropa hindú entraban gente más fina pues. Igual teníamos que ver el precio porque otras competencias daban barato, nosotros veíamos un precio que no sea muy barato, los otros con tal de perjudicar daban a menos. Una vez traje unas camisas chinas, que estaban más caras que las que siempre vendíamos, casi el doble de las hindús, entonces me arriesgué y traje cinco no más y se vendieron rápido. En

ese entonces a comparación de la ropa hindú esa que traje era carísima, entonces puse bien poquito de ganancia a ver si es que se vendía y si se vendió no más. De ahí ya traje más y me fui arriesgando poco a poco. La artesanía ya no se vendía, y como la tienda fue cambiando poco a poco los turistas ya no entraban pues como entraban antes, más entraba la gente de aquí. Entonces yo dije lo que me convenga pues. El estilo de ropa tiene que ver mucho, la gente le llamaba la atención, aunque si habían en ese tiempo tiendas de ropa casual. Además, la gente de San Cristóbal no compra pues artesanía, sino son los turistas los que compraban. Entonces yo ya me daba la idea de que había que poner algo que no sólo dependa de los turistas, porque además sólo son temporadas donde vienen. Entonces tengo que ver las cosas que la gente usa a diario pero aquí mismo. Entonces tocó dar un giro y cambiar poco a poco. Vimos que era la ropa casual lo que usa la gente de aquí, yo tenía que ver qué es lo que se vende a diario pues (Ana Fichamba, SCDC, 10 de noviembre de 2013).

Este cambio de mercadería implicó que la mayoría de los comerciantes kichwas dejaran de lado las artesanías con las que habían trabajado durante años y empezaran a buscar otro tipo de producto que les abriera la puerta a un mercado más dinámico pero también más atractivo para otro tipo de cliente. Las artesanías estaban destinadas a los “turistas” o “extranjeros” que llegaban a San Cristóbal de Las Casas, pero como lo menciona Ana Fichamba, los clientes llegaban en determinadas épocas, usualmente los meses de verano, en la época de vacaciones. Entender que estas son las nuevas demandas del mercado, abrió una oportunidad a los mindaláes kichwas para iniciar una nueva etapa buscando otras maneras de continuar en el trabajo del comercio. Al cambiar el tipo de mercancía, también se debía hacer cierto tipo de arreglos a los locales que habían rentado. Se trataba de otro tipo de mercadería y otro tipo de cliente, así que había que negociar con estos nuevos valores simbólicos.

- Diana Gramal: Cuando nos íbamos al DF le decía a mi esposo que me acompañe a comprar ropa en Beshka, Zara, esas tiendas pues donde venden ropa bonita, aunque sea a ver no más me iba. De ahí él [su esposo] me dijo, nosotros vendemos cosas parecidas, por qué no hacemos algo así.
- José Ruiz: A ella le daba miedo, no quería arriesgar, en cambio a mi me gustaba fantasear.
- Diana Gramal: Es que a mi me tocó otra cosa, yo venía de toda la vida de sacrificios, de sufrir, entonces no me gustaba gastar, nosotros no veníamos de esas cosas. Mi papá me decía para qué vas a gastar, de gana vas desperdiciar.

Ahí fue mi esposo el que se afanó en eso. De ahí me di también cuenta que debíamos no más gastar para invertir.

- José Ruiz: Yo empecé a remodelarle yo mismo, quedó así bien chistoso, pero era mejorcito que la tienda de mi suegro. Yo veía lo que tenían las tiendas del DF, entonces le hice medio parecido a eso.
- Diana Gramal: Hasta lo que estaba doblada la ropa veíamos cómo le hacían en esas tiendas y así mismo le hicimos. La ropa que traíamos tenían etiqueta que decían que eran chinas o hindús, entonces les quitábamos, porque la gente veía y decía, eso es chino... uhhhhh!!! Entonces mejor les sacábamos no más.

(José Ruiz y Diana Gramal, SCDC, 2 octubre de 2013)

Los productos chinos o hindús que se asemejan a las artesanías pueden pasar como elaborados por artesanos locales, como lo hacen los mismos kichwas o los comerciantes tzotziles o tzeltales, y que están dirigidos a un público que busca creaciones “propias” de la zona. Por esta razón, muchos comercializan con estos textiles, pero quitan las etiquetas que indican que son elaborados en países extranjeros y los promocionan como artesanías propias. Lo mismo sucede con la mercancía más casual a la que los kichwas se han enfocado en la actualidad en San Cristóbal, pues los productos chinos, sobre todo, no son bien vistos por los compradores, por esta misma razón, los comerciantes otavalos también retiran las etiquetas para no dar la impresión de que se tratan de productos “comunes”, y para ello utilizan otro tipo de elementos para hacerlos lucir más llamativos y darles un valor simbólico diferente, como es el caso de la decoración de los locales, su presentación e inclusive los precios en los que se venden.

Las mercancías chinas e hindús que comercializan los kichwas en la actualidad, tienen una apariencia más estilizada, más moderna y menos artesanal. Por esta razón, han buscado promocionarla a través de diferentes estrategias que resultan atractivas para los consumidores. La decoración de los locales es una de estas estrategias que los kichwas han logrado reconocer y con la cual han logrado crecer comercialmente con estos nuevos productos,

La decoración es lo que llama la atención a un cliente. Yo tengo que ver cómo me gusta a mí. Yo entro a tiendas de ropa y veo lo que me gusta a mí y lo adapto a lo que tenemos acá. En el DF entraba a varias tiendas para comprar ropa antes de ir a

Ecuador, ahí veía y decía así tiene que ser mi tienda. Mi hermano es el que se dedica a la decoración, no pagamos a nadie más. Mi hermano como estaba estudiando algo de arquitectura entonces él sabía y él nos ayudaba con eso. Nosotros vendemos ropa fashion. La ropa de marca es la Aeropostal, Abercrombie, pero yo no vendo eso. Yo traigo ropa mexicana o china pero fashion. (Ana Fichamba, SCDC, 10 de noviembre de 2013).

Esta es la manera en la que los kichwas empiezan a incorporar elementos que permiten que sus mercancías tengan otro valor agregado. No se tratan de artesanías que se comercializan en las calles o en las plazas de manera desorganizada y desordenada. Los compradores son diferentes, sus gustos y su poder adquisitivo es diferente a los demás. Son compradores locales, regionales o nacionales. Son jóvenes que buscan estar a la moda, tener ropa que se ve en las tiendas de México, pero que ahora están al alcance de sus manos, a un precio razonable y en una tienda que muestra tener la categoría que ellos buscan,

La gente que entraba al local no decía que bonita ropa que tienen, sino decían qué bonito local. A veces entraban a ver el local no más, decían qué bonito, solo para ver me entro. La gente que tenían los otros locales tenían toda la mercadería metida, nosotros empezamos a exhibirle un poquito más afuera, eso es lo que llamaba la atención, entonces empezamos a hacer lo mismo con los otros locales. Ahí nos dimos cuenta que entre más lujoso esté, la gente entraba más a ver, por eso les cambiamos el piso, los focos, pintamos las paredes. No importa si una blusa está fea, si el local está bonito la gente compra no más. Ahí pensé también en lo de las bolsas y yo fui el primero que mandó a hacer, ahí pensé en el nombre y el diseño del logo, además que era publicidad y tenía la dirección y todo. A la gente si le gusta gastar, aquí en México si les gusta gastar. Ha habido ropa de 1.300 también y he vendido nomás. Ellos piensan que entre más caro la ropa es, es mejor, pero no es así. Ya tenemos gente que siempre nos compra, muchos vienen de Tuxtla, Palenque, Villahermosa, gente que vienen de turismo pero que son de México mismo. Hay gente que me ha dicho que en Tuxtla no compra porque en Liverpool es más caro, tres veces más, y dicen que aquí pueden comprar más ropa y que es igual que la que venden ahí, entonces prefieren viajar acá para comprar. (José Ruiz, SCDC, 2 de octubre 2013)

Aunque la mayoría de negocios se han enfocado en la venta de ropa Fashion o de marca, con sus productos los kichwas también atienden otro tipo de demanda en San Cristóbal de Las Casas. Así podemos mencionar que existen tres almacenes que se dedican a la venta de textiles peruanos, como suéteres para niños y adultos, chalinas y bufandas

chinas e hindús que se asemejan a los textiles tradicionales, que principalmente se entregan a los comerciantes ambulantes y a los que tienen puestos en el Mercado de Artesanías de Santo Domingo. La mayoría de esta mercancía se entrega “al fio”, o se venden dependiendo la cantidad que estos comerciantes soliciten. Estos productos los vemos en las calles céntricas de San Cristóbal, en donde las mujeres tzotsiles o tzeltales los ofertan como mercancías elaboradas por sus propias manos. Estas nuevas mercancías modifican también el mercado y la forma de comerciar a nivel local. Aunque ya todos los locales se centraron en la venta de productos ‘fashion’, todavía se encuentra una tienda que todavía oferta camisas, blusas y ropa hindú de corte más artesanal o étnico, pues uno de los propietarios decidió conservar esta tienda, porque aun hay compradores que la encuentran atractiva, aunque ya sus ventas no se comparen con los primeros años de éxito que tuvieron los kichwas con este producto.

Finalmente, se encuentra la tienda del señor Diego Maigua y su hija Sisa, quienes se han enfocado en trabajar con artesanía chiapaneca, textiles, bolsos, zapatos, carteras, camisas, blusas y suéteres de lana, que han sido confeccionados con varias mujeres artesanas del estado de Chiapas. Después de varios años de trabajo con artesanía ecuatoriana en ferias, encontraron que los turistas buscaban artesanías propias de México y no de otros países, por lo que hallaron en los textiles chiapanecos y guatemaltecos una buena opción para trabajar.

Cuando llegamos ya a establecernos en San Cristóbal, esas primeras familias que ya estaban aquí trabajaban con las artesanías peruanas y ecuatorianas, pero nosotros estábamos en otra cosa, nosotros llegamos con una mentalidad diferente, algo de aquí mismo pero bien hecho, porque escuchábamos a la gente que venía de afuera que decía que si venía a Chiapas era porque quería algo de aquí mismo, yo no vengo acá a comprar algo de Perú o de Ecuador, cuando vaya a Ecuador allá si compro decían. Entonces tuvimos que ponernos a pensar en todas esas cosas que la gente decía (Sisa Maigua, SCDC, 4 de diciembre de 2013).

Desde entonces su trabajo se ha enfocado al turismo que viene de visita y adquirir lo “típicamente chiapaneco”. Su interés ha sido darle un valor agregado a los productos que usualmente se encuentran en el mercado Santo Domingo y vendido por gente de la zona. Por esta razón, se inició un comercio donde los acabados y los detalles de sus productos

mostraban ser de calidad. Lavar, planchar y exhibir en una tienda las artesanías chiapanecas, les dio un valor que los compradores considerarían a la hora de comprar. Sisa nos cuenta que la gente valora los pequeños detalles que hacen de sus productos un bien que sea considerado de calidad.

Nosotros vendemos cosas artesanales pero bien hechas, algo diferente. Aunque al inicio comprábamos cosas de Chiapas, nosotros llevamos, lavamos y planchamos, le hacíamos presentable, no vendíamos no más cualquier cosa. Le dábamos otra presentación. La gente de aquí de Chiapas tiene las mismas cosas, pero todo está metido en un costal, sacan y cuelgan, todo bien arrugado. En cambio nosotros no, cada blusa esta colocada en una bolsa, está limpia y planchada. La presentación también vende (Sisa Maigua, SCDC, 4 de diciembre de 2013).

Frente a este tipo de innovación Don Diego Maigua comenta que en sus antiguos viajes se percataba que la gente buscaba cosas de calidad, que no escatimaba en pagar un buen producto, y sabía que él podía producir mercancías que tuvieran esa aceptación en el mercado. El ingenio y la creatividad son elementos indispensables para mantener un buen negocio, no es solamente copiar lo que los demás kichwas hacen, sino buscar otras áreas, otros elementos que permitan crecer y tener proyectos a largo plazo.

Diego Maigua: Nosotros como somos productores siempre estamos arriba, el resto de los comerciantes kichwas lo que han hecho es copiar lo que al otro ven que le va bien, entonces si empiezan con algo y el vecino ve que le va bien entonces se copian y se dañan el mercado. Pero como nosotros hacemos nadie puede decir compro lo mismo y vendo, si quieren vender lo que nosotros tenemos tienen que comprarnos a nosotros. La creatividad es una ventaja, tiene mucho que ver. Cuando ellos cambiaron el negocio ellos sólo estaban pensando en el momento, si traían cosas de Ecuador vendían, llega un momento en el que ya no se vendía, entonces ellos solamente buscaron otra cosas que vender, como ellos no producen, entonces no pensaron en qué producir sino en qué puedo comprar para revender. (Diego Maigua, SCDC, 29 de noviembre, 2013)

TM: A ustedes no les ha dado miedo de que les vayan a copiar?

Sisa Maigua: No nos ha dado ese miedo, estamos bien seguros porque nosotros hacemos y aquí que alguien haga es bien difícil, a nosotros nos costó mucho estar donde estamos y con los talleres que estamos. Ya con esa producción nosotros también empezamos a abrirnos, a buscar más mercados y vender al mayoreo. Nosotros no nos enfocamos a vender lo mismo que en el mercado, entonces

empezamos a dividir tres líneas de calidades: una para el mercado, una línea más comercial para nosotros y una línea más fina. Incluso cuando buscábamos manta queríamos hacer algo fino y buscar materia prima fina, y buscaba por internet dónde vendían esa tela. Y ahí encontramos la fábrica donde hasta ahora mandamos a hacer la tela, una especial sólo para nosotros, con tal calidad de hilo, que no sea ni pesada ni gruesa, que sea de tales colores. Por eso estamos seguros que no nos pueden copiar. Hasta algunos tíos que nos han encontrado nos dicen que porque nosotros hacemos vendemos más, incluso los chiapanecos nos preguntan cómo es posible que podamos vender una sola camisa en 1400 pesos. La gente que viene, ve, luego se da la vuelta y regresan porque dicen que no hay nada más allá. Es que si nosotros no vendemos afuera no van a tener, solo los modelos que ya tenemos ya como más de dos años los amontonamos y los ponemos al mayoreo y eso ya se exhibe afuera, pero nosotros ya tenemos un modelo nuevo que estemos vendiendo acá. Entonces no van a poder copiar, porque nosotros hacemos, tenemos creatividad y vamos cambiando modelos. No dependemos de nadie más (Sisa Maigua, SCDC, 4 diciembre de 2013).

La decoración de los almacenes de Don Maigua y Sisa también son diferentes, mantienen elementos que hacen referencia a algo artesanal, las paredes están recubiertas de tela de cabuya²¹, madera y tejas que decoran el techo produciendo el efecto de un local colonial y colocan todos los textiles en repisas o en maniqués. La tienda es bastante atractiva, por lo que casi siempre está llena. Sus compradores son en pocas ocasiones los extranjeros, Sisa no dice que su mercado se dirige a,

Nosotros dirigimos más nuestros productos a los turistas nacionales que vienen del norte, los mejores compradores son de Monterrey, Guadalajara, Jalisco, ellos entran y compran. Me da la idea de que tienen más dinero porque la mayoría entran y compran 4.000 o 5.000 pesos y se llevan las mejores cosas. La gente de acá de San Cristóbal si entran y compran pero no mucho. La gente de Tuxtla si, como vienen los fines de semana hacen compras. Las personas que tienen aprecio por la cultura, por las artesanías si valoran los productos, mientras que las que no les ven sin mucho valor o se asustan por el valor. El que sabe reconoce el que no, no valora. (Sisa Maigua, SCDC, 4 de diciembre de 2013).

De esta manera los comercios de los kichwa otavalos se han diversificado en la ciudad. Como vemos, la mayoría se enfocó en los comercios que resultaron más rentables a corto plazo, pues buscan ganancias en el menor tiempo posible. Algunos de los propietarios

²¹ Cabuya es una fibra vegetal que se saca del penco, pita o maguey.

de negocios de ropa Fashion también se han enfocado en abastecer de mercancías a los comerciantes locales, por lo que ofertan suéteres peruanos y accesorios chinos o hindús, como bufandas, chalinas y blusas para los y las vendedoras ambulantes. También es posible encontrar el caso del negocio que se ha enfocado a largo plazo y que trabaja con productores de la zona, como es el caso de Don Maigua, el cual hasta el momento no tiene competencia. La diversificación también ha sido parte de las estrategias adoptadas por los kichwas, como podemos ver, cuando un mercado se satura de cierta mercancía, la diversificación resulta importante, pues mantienen sus negocios y la capacidad de seguir involucrados en el comercio. Esta habilidad de entender las dinámicas del mercado ha sido posible gracias a un capital social adquirido durante años de experiencia en el comercio en varios países del mundo y a la habilidad de saber experimentar y probar nuevos productos hasta encontrar lo que resulta más rentable.

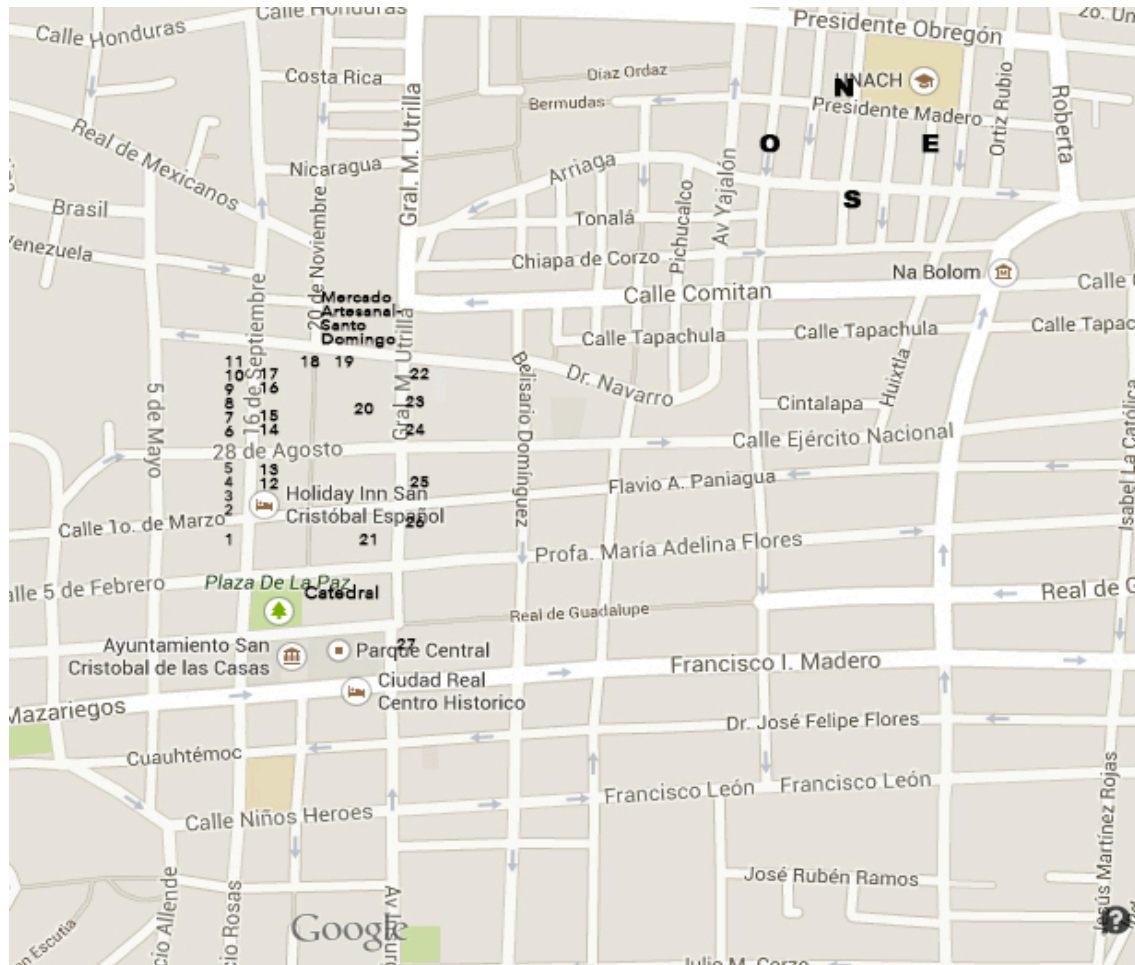
Frente a esta diversificación y ampliación de negocios hemos visto cómo los kichwas han ido ampliando cada vez más sus locales en la ciudad de San Cristóbal. En el año 2013 pude observar 16 tiendas de propietarios kichwas, y para agosto de 2014 he contabilizado 27 tiendas; en menos de un año abrieron 11 más.

Con el fin de tener una visión más esquemática sobre las familias que participaron en este estudio y los negocios, a continuación presento un pequeño cuadro de resumen (Tabla 3) y un mapa donde están ubicados los negocios de los kichwas en la Ciudad de San Cristóbal de las Casas (Mapa. 3):

Tabla 3: Lista de propietarios y comercios de los kichwas en San Cristóbal de Las Casas.

Propietarios	Tipo de mercancías	Total
- Familia Cabascango	Ropa y accesorios fashion	3
- Familia Fichamba		3
- Familia Cahuasqui-Gramal		4
- Familia Córdoba – Gramal		1
- Familia Burga		3
- Familia Gramal- Fichamba		4
- Familia Ruiz -Gramal	Ropa de marca y Fashion	2
	Ropa hindú	1
- Familia Cahuasqui-Gramal	Textiles ecuatorianos, chinos y peruanos al por mayor	1
- Familia Gramal – Gramal		1
- Familia Burga		1
- Familia Maigua Tabango	Artesanías chiapanecas y guatemaltecas	3
TOTAL		27

Mapa. 3: Mapa de San Cristóbal y la ubicación de las tiendas de los kichwa otavalos.



Se podría plantear que en la actualidad, con los nuevos negocios, en el caso de las mercancías “fashion” o de “moda” se construyen nuevos valores simbólicos, ya que a través de la remodelación de los locales, haciéndolos lucir más modernos, más vistosos y llamativos, se construye una “imagen” y por lo tanto un valor simbólico de las mercancías que ahí se exhiben, lo que permite que los compradores confíen en la calidad y la procedencia de las mercancías. Esta manera de hacerla más atractiva a través de la presentación de los productos y la remodelación de los locales, es una forma de entender e identificar quiénes son los mejores compradores y en dónde se ubica la demanda. Capitalizar las artesanías locales y presentarlas adecuadamente (planchada y empacada), también muestra la capacidad de adaptación y búsqueda de mercados apropiados. El capital social nuevamente es un elemento importante para entender estas dinámicas pues, como lo establece Coleman (1988) permite y hace posible el alcanzar ciertas metas trazadas, en este caso la posibilidad de tener un negocio exitoso. Mediante la experiencia como comerciantes, el conocimiento y la información, su capacidad inventiva se activa y se ponen en marcha nuevas estrategias que les permiten adaptarse a los cambios y nuevos retos que el mercado les presenta.

Las redes que se han construido entre las familias, son pues, las que les han permitido materializar las nuevas ideas para poder ampliar los negocios y obtener las mayores ganancias. La separación de los miembros no implica que el negocio se divide, sino que se diversifican, que se dirigen en la misma línea y que incluso se amplían y mejoran. El éxito de estos comerciantes se puede reconocer por el tamaño y la cantidad de mercadería con la que comercializan, lo que se convierte en un medidor de prosperidad y de éxito económico, una manera de entender los símbolos distintivos de poder, riqueza y de origen. Por esto los kichwas no solamente compiten y buscan distinguirse de los comerciantes locales, sino también entre ellos; la competencia entre ellos de hecho, mantiene viva su capacidad innovadora y la búsqueda de posibilidades para movilizar recursos y materializar estos cambios. En varias ocasiones he escuchado las rivalidades que se generan por quién tiene el local más bonito, más grande y que vende más, incluso el arriendo que pagan por los locales se convierte en una manera de medir el poder que tienen los comerciantes kichwas. Entre los demás mindaláes en México, se ha mencionado que la familia Gramal es la dueña de San Cristóbal, por ser la que mayor cantidad de tiendas tienen en la ciudad. El ejemplo de Don Maigua y Sisa presentados arriba, quienes lograron

un negocio difícilmente replicable por el resto de los kichwas en San Cristóbal, son pues un ejemplo de como las distintas redes sociales familiares, se diferencian entre sí por su capacidad innovadora y sus posibilidades para movilizar recursos, haciendo que unas tengan más poder que otras.

Algo distintivo del caso de los mindaláes kichwas en San Cristóbal, es el hecho de que cuando llegaron, existían grupos indígenas que también comercializaban productos, principalmente artesanales. Los kichwa otavalos comercializaban con esa imagen exótica de lo otro, lo que les permitió una gran aceptación en mercados de Europa y Norteamérica, pero al llegar a San Cristóbal de Las Casas, encontraron que grupos locales como los tzotsiles y tzeltales, ofertaban productos “típicamente chiapanecos”, elaborados por las manos de hábiles artesanos y artesanas. Estos grupos ocupan el espacio y el mercado de la ciudad y son el referente por excelencia de la identidad étnica de este lugar; los kichwas en San Cristóbal pues, no podían utilizar la imagen del otro exótico, de la misma manera que en los otros sitios donde habían viajado. Por lo tanto la apertura de otros espacios era indispensable para sobrevivir y continuar con la comercialización. Haciendo uso de su habilidad y el conocimiento del negocio pudieron adaptarse a esta realidad y buscar espacios no explorados, además de adecuarse a las demandas de los comerciantes locales y brindarles mercancías que pudieran vender. Fue así como, no sólo hicieron frente a la competencia con estos otros grupos, sino que además se convirtieron en sus proveedores, vendiéndoles mercancía hindú, china y peruana al por mayor. Modificaron entonces el mercado local no sólo a través de sus propios negocios sino mediante la transformación de los negocios de la competencia local. Aquí que el capital social juega un papel importante, pues permite obtener una capacidad de negociación y ha valido para la instauración de nuevos negocios y la obtención de recursos para fortalecer su capital económico pero también su identidad como mindaláes.

4.3. Orden negociado y régimen des-formalizado de las mercancías

Los kichwa otavalos han logrado mantener y aumentar su capital económico durante los años de trabajo ambulante, en ferias, entregando mercancías al por mayor y en la actualidad con la venta de productos más modernos y más cotizados en sus locales comerciales. Obtener un buen producto, que sea rentable y que tenga buena acogida es un

elemento indispensable para poder acrecentar el negocio. Nuevamente es la información uno de los elementos importantes para que esta estrategia pueda funcionar, pues a través de los contactos se conoce y se indaga sobre las novedades del mercado, nuevas demandas, productos de moda y en qué lugar encontrar el mejor precio. Las redes son indispensables para lograr el éxito en estos negocios, sobre todo lo que Granovetter ha establecido como los lazos fuertes y débiles, pues los negocios se sustentarán en los lazos familiares (fuertes), pero la información y el comercio y las estrategias se sustentarán en los lazos débiles, que sirven como puentes de comunicación entre diferentes grupos y lo que brinda mejores recursos.

Retomando las trayectorias de ingreso de las artesanías ecuatorianas y peruanas a México, podemos observar que estas mercancías tenían diferentes recorridos. Los kichwas han buscado la manera de que estos productos ingresen al país y que sigan siendo ventajosos a la hora de venderlos. En los primeros años se comenta que el ingreso de mercancías a México fue fácil, pues era posible viajar con varias maletas con artesanías las cuales se transportaban como equipaje cada vez que alguien viajaba de Ecuador o Perú. Se presentaba una factura que demuestre el valor “real” o “ficticio” de estos productos y en caso de ser necesario se pagaba algún tipo de impuesto en aduana. Pero luego de un tiempo las leyes aduanales impidieron el ingreso de cantidades mayores a 500 dólares como equipaje.

Hace 7 años si era difícil, ahorita ya hay convenios entre Ecuador y México, entre Perú y México, entonces cualquier cantidad se puede traer. Antes traíamos en mano, en equipaje, pagando a veces maleta extra, sabíamos traer 3, 4, 6 y hasta a veces 8 bultos, pero pagando sobre equipaje. Pagábamos en aduana, traíamos factura, ahí pagábamos los impuestos (Ernesto Gramal, SCDC, 21 de noviembre de 2013).

Antes de que entrara en vigencia el Convenio ALADI²² entre Ecuador y México, el ingreso de la mercadería debía realizarse por rutas alternas, por lo que los kichwas buscaban formas

²² El Ecuador firmó un convenio de Apertura de Mercados con México que entró en vigencia el 23 de agosto de 2000. El cual hace referencia, en su Artículo 1. Que se establecerán condiciones favorables para la participación de los países en el proceso de integración económica de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), y el cual otorga un tratamiento preferencial efectivo para la colocación de sus productos e los mercados de los países miembros. Y en el capítulo 2 se establece que se eliminarán los gravámenes aduaneros y las demás restricciones que incidan sobre la importación de los productos de la nómina de apertura de mercados, determinados en el acuerdo.

para ingresar los productos cotizados en las calles del Centro Histórico de la Ciudad de México:

Hubo un tiempo donde no nos dejaron importar las artesanías, ni siquiera con facturas nos dejaban pasar, decían en aduana que no iban a dejar ingresar artesanías porque en el país mismo había que proteger la producción textil de los artesanos locales. Entonces nosotros le dijimos a mi papá que si no habría posibilidad de ingresar la mercancía por otro lado, entonces íbamos vía Houston o a otros estados, íbamos a Acapulco, San Luis, Cancún, las ciudades que nos queden más cerca del DF. Pero luego ya se enteraron los indígenas [kichwa otavalos]²³ y empezaron a hacer lo mismo, porque antes solo en el aeropuerto del DF no nos dejaban entrar, pero de ahí cerraron todos los aeropuertos. Luego intentamos por Cancún, que era el único aeropuerto que todavía nos dejaba traer mercancía, por ahí trajimos unas cuatro veces más la mercancía hasta que un día ya no nos dejaron pasar. Como era todo el capital que teníamos y estaba invertido en eso, nos pusimos a rogarles y hasta a llorar para que nos dejen sacar las mercancías. En eso un agente aduanal nos dijo que no lloremos, que él nos podía ayudar, entonces le preguntamos cómo era y él dijo que se iba a demorar un mes más o menos para que saquen la mercancía. Le dijimos que era mucho tiempo, que nosotros vivíamos en el DF y que teníamos que pagar el arriendo y todos los gastos. Entonces dijo que le dejáramos un poder a nombre de él, y nosotros dijimos que cómo le íbamos a dejar un poder a alguien que no conocemos. Pero ya nos pusimos a conversar con mi hermana y dijimos que vamos a hacer igual vamos a perder si se queda ahí, entonces le dejamos el poder. Ahí el agente aduanal nos dijo que ya estaban etiquetando y en 10 días ya salió la mercancía todo legal (Diana Gramal, SCDC, 2 de octubre de 2014).

En la actualidad los kichwas que se dedican a la venta al por mayor de artesanías peruanas sobre todo, han optado por importar grandes cantidades de mercancía y aprendiendo todo el trámite aduanal necesario para sacar la mercancía. En este caso, el conocimiento de los agentes aduanales les ha permitido facilitar el proceso y eliminando cierto tipo de contratiempos:

... cuando se trae por carga, por importación sale carísimo, se paga mucho impuesto. Pero ahora ya traigo importando no más, ya no traigo nada en mano. Se trae con todos los papeles completos, con todos los papeles en regla, ya sabemos

²³ Ser el pionero en alguna actividad es importante como lo hemos mencionado. Encontrar nuevas rutas de ingreso de mercancías es indispensable para poder mantener el negocio. Cuando los demás kichwas se enteran de cómo ingresar las mercancías al país, llaman la atención de los agentes aduanales, los cuales empiezan a revisar cuidadosamente el contenido de las maletas de los ecuatorianos o de los “de Otavalo” que llegan al país. En uno de los ingresos que hice al país, uno de los agentes aduanales me preguntó si era de Otavalo y si llevaba mercancía en mi maleta.

cómo es, ya tenemos quien ayude a sacar, ya conozco a un agente aduanal en México, entonces ya es más fácil. A los tres días o dos días ya sacamos en Aduana y de ahí traemos en bus, con los papeles en regla, con el permiso para traer acá. La mercancía ya está entrado legal, y además pagamos impuestos como pequeños contribuyentes (Ernesto Gramal, SCDC, 21 de noviembre, 2013).

El pago de impuestos no solamente se realiza como un trámite formal como comerciantes, sino que además es un requisito que les permite conservar su estatus migratorio como Residentes Permanentes, pues es obligatorio presentar este documento para poder ampliar el tiempo de estadía en México. De esta manera, con la sugerencia de sus contadores, hasta febrero de 2014, sus pagos de impuestos se hacían como pequeños contribuyentes, pues “supuestamente” las ventas anuales no superaban de los dos millones de pesos. Sin embargo, todos los kichwas tenían el temor de que oficiales del Servicios de Administración Tributaria (SAT)²⁴, revisaran sus locales e incautaran la mercancía que no lograban demostrar que había sido conseguida “legalmente”. En varios testimonios se contaba con tristeza que algún familiar o conocido había sido visitado por oficiales del SAT y que habían “limpiado” los negocios, pues los propietarios no contaban con la documentación necesaria para mostrar que la mercancía había entrado legalmente al país o que había pagado impuestos de ingreso o que había sido adquirida “legalmente”. La mercancía era retenida y se daba un plazo de 60 días para obtener los documentos, sin embargo, recuperar la mercancía era casi imposible por lo que muchos comerciantes perdieron toda la inversión que habían realizado y debían empezar de cero.

Las mercancías actuales, la ropa de moda y la ropa de marca, también tienen sus propias trayectorias. Dependiendo del lugar donde se consigán, el recorrido será diferente. Al tratarse de ropa *fashion* china, los kichwas las conseguirán en las calles cercanas al Centro Histórico de la ciudad de México, sobre todo por donde se encuentran negocios de venta al por mayor, como los sectores de Circunvalación y Mixcalco, en el Distrito Federal, en donde surten sus mercancías. Varios proveedores mexicanos, chinos e hindús ofrecen

²⁴ El Servicio de Administración Tributaria (SAT) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera; de fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan con las disposiciones tributarias y aduaneras; de facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario, y de generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria. Además son los encargados de administrar los procesos de recaudación de las contribuciones federales, y de entrada / salida de mercancías del territorio nacional, controlando el riesgo y promoviendo el cumplimiento de las obligaciones fiscales. En <http://www.sat.gob.mx/>

mercancías a los compradores que buscan surtirse de productos económicos y que están a la moda. En realidad podemos ver que la mercancía que venden los kichwa otavalos en los amplios y modernos negocios de San Cristóbal son productos que se encuentran en las calles del centro de la ciudad de México y que incluso se encuentran en muchas otras tiendas de comerciantes mexicanos. La diferencia obviamente ha sido la presentación de estos productos, haciéndolos más novedosos, más llamativos, en tiendas modernas y muy bien iluminadas y decoradas, lo que hace creer que son prendas exclusivas. Estas mercancías se compran al por mayor y no se reciben facturas por sus compras, por lo que en ocasiones se anotan los precios en un cuaderno o simplemente se hace entrega de una nota de venta, sin valor legal. Estos productos serán trasladados en los autobuses “no oficiales” que se ubican cerca del sector de Circunvalación y viajarán hasta San Cristóbal. De vez en cuando los Policías Federales revisan los autobuses y solicitan a los choferes que muestren las maletas que transportan los pasajeros. En más de una ocasión, menciona José Ruiz, ha tenido que dar “una mordida” a los oficiales para que lo dejen pasar, porque aunque cuente con notas de venta que certifiquen que es mercancía para su negocio, la cantidad de paquetes lo hace sospechoso y por lo tanto un negocio “ilegal” a los ojos de la policía. En ocasiones ha sido posible pasar la mercancía sin ningún contratiempo, pero en otras ocasiones las mercancías han sido retenidas y ya no devueltas a los propietarios.

Existen otras mercancías, como la ropa de marca o la ropa china traída desde Estados Unidos. Algunos de los comerciantes kichwas han encontrado un nuevo lugar donde surtir ropa moderna barata y que tiene buena acogida. Karina Gramal, la última hija de Don Ernesto Gramal y ahora propietaria de su propio local en San Cristóbal, pudo viajar a Los Ángeles, en Estados Unidos donde se encuentra un sector de *Outlets* de ropa que ya no se vende en las tiendas americanas, debido a que pasaron de temporada, de moda o simplemente ya no tienen acogida en el mercado. Las prendas están en remate y comprar mercancía ahí es barato y bastante rentable. Amaru Burga nos cuenta que él vio en la tienda de Karina blusas que él no encontraba en ninguna parte en la ciudad de México, por lo que empezó a averiguar de dónde podrían haber sacado esa mercancía. Escuchó a un conocido que Don Ernesto y Karina Gramal habían viajado a Los Ángeles, y esa fue toda la información que requirió para averiguar de dónde pudo haber salido estas prendas. Con la ayuda de un abogado que le recomendó el dueño del local que él renta, logró conseguir la visa para Estados Unidos y viajó en búsqueda de estos productos novedosos,

Ellos tenían unos modelos que no hay en México, yo conozco donde se compra la mercancía, yo me he dado vueltas por ahí, conozco por adentro, por afuera, todo ando, pero no encontraba esos modelos que tenía la Karina Gramal. Ni para preguntarle [a Karina] porque ya se que no me iba a contar. Entonces escuché que mi padrino se había ido a Los Ángeles, entonces ahí dije, con razón que no encuentro esa mercadería que ellos tienen en México, están trayendo de allá. Entonces yo también decidí sacar mi visa a Estados Unidos, me ayudó un conocido de aquí de San Cristóbal, me presentó un abogado de Puebla. Le dije que quería irme a Los Ángeles de vacaciones y que si él sabía cómo podía hacer, ahí me indicó su visa para 9 años. Ahí me dijo, si quieres te ayudo, yo tengo un contacto en Puebla, de ahí le dije que me ayudara. Me dijo qué papeles necesitaba y presenté. Me pidió que depositara 5.000 pesos para el tramitador y la visa. Él me dijo, si confías deposítale, porque él es el que me ayudó a sacar la visa. De ahí tuve cita en Puebla y luego en México. Me dieron la visa y estaba bien contento. (Amaru Burga, SCDC, 3 de diciembre de 2013.)

Una vez que llegó a tener la visa compró un pasaje para Los Ángeles, casi no hablaba nada de inglés, solo el que aprendió en la secundaria y con la vaga idea de que en esta ciudad podía comprar la mercancía que tenían los otros kichwas en San Cristóbal. En el avión conversó con una mujer comerciante de Puebla, quien le preguntó que si iba a comprar mercancía en Los Ángeles y que en qué hotel se hospedaba cuando viajaba. Amaru para no parecer novato, mencionó que había viajado varias veces y que iba a comprar mercancías, además de que se hospedaba en un hotel cerca del centro de la ciudad. La señora le recomendó que se quedara en un hostel de mochileros, pues era más barato para hospedarse. Esta información (proporcionada por un lazo débil) le sirvió para conseguir hospedaje económico. Esta misma señora le recomendó un taxista para que le llevara a ver los locales donde se surte de mercancía. Ahí llegó a un sector donde todas las tiendas eran *outlets* y en donde encontró una gran cantidad de comerciantes mexicanos que también se dedicaban a lo mismo. La fuerte presencia de latinos le permitió hacer negocios en español y comprar la mercancía. En este primer viaje invirtió 10.000 dólares en productos. Ya una vez que logró comprar lo que buscaba, debió averiguar la manera de enviar la mercancía hasta México,

Ya comprando tocaba ver cómo mandar acá. Como equipaje no se puede llevar mucho, solo una maleta de 20 kilos. Entonces igual toca saber con quién enviar, todo

allá ha sido “a la negra” de mandar porque si hacemos importación hay que pagar impuestos, la mercancía viene por tierra en camiones. Hay empresas en las que envías pero a veces desaparece, a veces se pierde. La señora del avión me dijo que ella había perdido una mercancía de 10.000 dólares, enviando por Encargoship, que por ahí no mande. Ahí ha sido de buscar una buena empresa por donde enviar, ella también me dijo en dónde podía mandar. Ahí fui a averiguar eso también, hay unos baratos pero no te llegan siempre la mercancía, y hay otros caros que si te llegan pero en cambio son muy caros, entonces estuve averiguando y envié por la misma empresa por donde mandaba la señora. Eso cuesta como 600 dólares, y cobran por cada cartón. El cartón se mete toda la mercancía y ellos mismo le aplastan con una prensadora entonces queda a la mitad, o sea le quitan todo el aire, le compactan. Ahí iba mucha gente, casi todo México estaba ahí, Guanajuato, Cancún, Guadalajara, de muchas partes. Lo bueno de enviar así es que el envío se paga acá en México cuando ya recibes tus cartones, pero a ellos les conviene porque si se pierde ellos me van a decir que ni les pagué ni nada pues. La mercancía llega al DF, y el día que me dijeron que llegaba llegó, de ahí si ya sabía cómo funcionaba todo. (Amaru Burga, SCDC, 3 de diciembre de 2013)

El Estado Mexicano, a través el SAT, a partir de la Reforma Hacendaria de 2014, establece que las personas que venden productos o prestan servicios como negocios pequeños y micronegocios, pueden ser formales pues pueden informar sobre sus ingresos y gastos y pagar impuestos²⁵. Para esto, los kichwas que estaban considerados como pequeños contribuyentes (porque no excedían de los dos millones de pesos en ganancias al año), ya inscritos y con su documento de Régimen de Incorporación Fiscal (RFC), deben facturar de manera obligatoria, además de llevar un registro de los ingresos que se generan y los gastos que se han realizado por el negocio. Por esta razón ahora es necesario solicitar facturas a los proveedores para deducirlos de los impuestos. La declaración se debe realizar al SAT y esta será la institución que calcule los impuestos que debe declarar y pagar. Frente a estas nuevas políticas los kichwas han empezado a preocuparse y a asesorarse con varios contadores, sin embargo, es un tema muy reciente, y posterior al trabajo de campo de este estudio, por lo que por el momento es muy temprano para conocer las formas en las que los kichwas responderán a estas nuevas leyes.

Estas mercancías tampoco cuentan con facturas ni tampoco con documentos de aduanas que certifiquen su entrada legal al país. Como lo mencionan Castells y Portes

²⁵ Información de la página www.sat.gob.mx, referente al Régimen de Incorporación Fiscal y www.reformahacendaria.gob.mx para referencia sobre la Reforma Hacendaria.

(1989), la formalidad y la informalidad son parte de los mismos procesos económicos. Si consideramos que la economía formal es un ámbito regulado institucionalmente porque se pagan impuestos, registros aduanales, lo que dota de “legalidad” a las mercancías, estos productos comercializados por muchos comerciantes mexicanos y por los kichwa otavalos, serían considerados “ilegales”, ya que transgreden estos mecanismos institucionalizados. Pero también se debe reconocer que los comerciantes cumplen con sus pagos de hacienda y se han reconocido como pequeños contribuyentes, pagando un valor bimensual que hace que su negocio sea reconocido legalmente. Estas formas de negociar entre los comerciantes y las autoridades, se convierten en un campo social, en donde se vislumbran las voluntades y los mecanismos presentes en el tránsito y el significado que adquieren las mercancías. Como Rojas (2014) lo establece, este se trata de un orden negociado, haciendo referencia a los trámites burocráticos que deben seguirse para establecer los circuitos mercantiles y que hacen que algo sea “legal” o “ilegal”. Sin embargo, los comerciantes juegan, mueven, maniobran y reestablecen el campo de fuerza, dándoles la posibilidad de construir códigos de operación en los movedizos campos del comercio. Los comerciantes hacen uso de su capital social para establecer nuevos códigos más manipulables y más dinámicos. En este caso resulta interesante reconocer cómo los objetos, las mercancías, los bienes que trabajan los kichwa otavalos pueden ser considerados legales o ilegales, dependiendo de las circunstancias y las adscripciones que la sociedad le impone, dándole un valor social y político movable.

4.4. *Vida Maskay* vs. Estabilidad.

El ‘*vida maskay*’ ha sido una forma de vida para los comerciantes y viajeros kichwa otavalos. Viajar continuamente en búsqueda de nuevos mercados y explorar el mundo ha sido una de las características principales en el comercio de los mindaláes. Las ferias y ventas ambulantes han permitido y permiten abrir un nicho comercial donde ofrecen mercancías con un valor agregado con características étnicas y en la actualidad con otros productos industrializados y de moda, como la ropa china e hindú más casual. De esta manera se conforman como comerciantes de una amplia gama y variedad de mercancías, “dependiendo lo que el cliente busque”. Para Morales (2012), los kichwa otavalos han sido considerados como transmigrantes con una amplia “experiencia cosmopolita” y han

entendido que su identidad es parte importante en el comercio, pero sobre todo su éxito está cimentado en su capacidad de movilidad.

Esta capacidad de movilidad de los kichwas ha permitido que lleguen a Chiapas y a San Cristóbal de Las Casas. Su negocio cimentado en la venta al por mayor de artesanías ecuatorianas y peruanas permitió que existieran flujos continuos de viajes. Sin embargo, al encontrar un lugar donde los negocios son buenos, o al menos permiten ir creciendo y aumentando el capital, poco a poco se fueron estableciendo en pequeños locales comerciales, donde la inversión era en la mercadería, el arriendo y algún mueble para colocar sus productos. Al ir modificando su mercado, al llegar a la venta de ropa Fashion y ropa de marca, las inversiones en sus locales han llegado a ser elevadas, por lo que su estabilidad ha sido necesaria de alguna manera. Si tomamos en consideración que las familias kichwas se dividían para poder participar en la mayor cantidad de ferias en el país y de esta manera permitirles obtener mayores ganancias, en San Cristóbal algo similar ocurre, pues las familias buscan tener más tiendas y por lo tanto abarcar mayor cantidad de clientes, por lo que los locales a veces se dividen en ropa para hombres, otra tienda de ropa y accesorios para mujeres y otra tienda de calzado. Cada miembro de la familia estará a cargo de un local o emplearán a una persona para que la atienda. La lógica de negocios de las ferias se trasplanta a las lógicas de los locales comerciales. Por esta razón, existe una gran competencia para conseguir locales en el Andador Eclesiástico, lo que ha llevado a que los alquileres sean altos y exista disputas para conseguirlos.

La renta de los locales está considerada entre los 10.000 a 100.000 pesos mensuales, en ese andador, así nos comenta José, quien tiene tres locales en esta calle:

Del local más grande pago 70.000 pesos y una bodega pequeña que está detrás del local por 3.000. El local de ropa hindú son 13.000 y el local también de ropa de marca 11.000 pesos. En total pago 97.000 pesos en arriendos, más internet, luz, agua, teléfono y empleados. O sea me sale más o menos son 120.000 mensuales. (José Ruiz, SCDC, 2 de octubre de 2013)

Esta inversión hace que los kichwas se queden en un lugar por más tiempo, sin embargo no significa que han dejado su movilidad, más bien se trata de aprovechar al máximo un negocio mientras dure; como la inversión es más alta por las elevadas rentas y

las remodelaciones de los locales, el tiempo para recuperar dicha inversión y tener ganancias es mayor. Posteriormente, en caso de que los negocios empiecen a decaer buscarán nuevas estrategias comerciales, nuevos productos, y al final, otro lugar, aunque esto signifique empezar nuevamente de cero:

Los negocios aquí han ido bajando poco a poco. Cuando llegamos si era bueno, se vendía bastantísimo, a veces ni nos alcanzábamos para vender las cosas. Ahora no ve como está el local, vacío. Por eso hay que aprovechar al principio, ahí es bueno.

Yo creo que unos tres a cinco años más nos ha de tocar quedarnos acá, mientras dure el negocio. Para qué también San Cristóbal si nos ha hecho ganar algo para comprar un terreno y una casita en Otavalo, pero ya cuando se termine el negocio acá queremos regresar a Otavalo y poner allá un negocio a ver qué tal nos va. O si es que aparece otro lugar por aquí mismo también tocaría ver, pero es bien difícil empezar de nuevo un negocio. No ve, nosotros nos hemos tenido todo esto de un día otro, hemos perdido, hemos ganado, hemos llorado, si hemos sufrido bastante para conseguir lo que ahora tenemos. Por eso no creo que sea fácil empezar en otro lado, pero así es pues nuestra vida, así que toca ver dónde podemos trabajar y continuar. (Kory Gramal, SCDC, 26 noviembre de 2013)

A pesar de que muchos kichwas se refieren a que cambiar de lugar o de negocio es empezar de cero, cabe recalcar que los conocimientos adquiridos durante los años de experiencia, aprendiendo, reconociendo, experimentando, son un cúmulo de herramientas que les permitirán iniciar nuevamente sus negocios en cualquier parte. Su capacidad de reconocimiento de los mercados, de los consumos, de las mercancías globales, de las estrategias de comercio, son elementos que facilitan, promueven y motivan a la continuación del trabajo como empresarios. En este caso, las redes y el capital social han adquirido nuevas dimensiones, lo que ayuda a entender las muy cambiantes dinámicas del comercio en un mundo cada vez más competitivo. Por lo tanto, aunque la apariencia sea “empezar de cero”, sus capacidades y herramientas adquiridas durante sus años de trabajo en Europa, Estados Unidos o México, les posibilitarán la implementación de sus nuevos negocios.

Otavalo siempre es la referencia del lugar a donde se quiere retornar. Las experiencias de trabajo fuera del país permiten crecer económicamente y ganar una

posición social en la sociedad de origen. Mostrar el éxito conseguido durante los viajes y el comercio es una de las metas que los kichwas viajeros y comerciantes buscan con su trabajo. Sin embargo, aunque muchos ya tienen negocios bien establecidos, hijos y vidas ya organizadas durante varios años, la mayoría tiene el anhelo y la proyección de regresar a Ecuador a vivir. Durante los años de trabajo, todos intentan retornar una vez al año a Otavalo, sobretodo en época de fiestas, pues es el momento y lugar de reencuentro con amigos y familiares que también se están recorriendo el mundo y en '*vida maskay*'. Aunque parecería que los kichwas se han establecido en San Cristóbal de Las Casas, mas bien se trata de una temporalidad más prolongada, mientras dure el negocio, lo cual pueden ser 4, 6, 8 o 10 años, pero siempre estarán en búsqueda de nuevos espacios que recorrer, que conocer y donde trabajar.

V. CONCLUSIONES

“Cuando el primer astronauta llegó a la luna,
ya había dos otavaleños vendiendo artesanías”
Dicho popular en Otavalo.

Tratar de cerrar o poner un punto final a esta investigación ha sido una tarea difícil de realizar, pues todavía queda mucho por decir y existe mucha información, sucesos e historias que no tuvieron lugar en estas páginas, pues a pesar de su relevancia, posiblemente serán datos que darán pie a otros temas, enfoques o debates. Obviamente esta tesis no es un producto terminado, pues siempre surgirán nuevas preguntas acerca de los kichwa otavalos y sus trayectorias como comerciantes y viajeros alrededor del mundo, por esta razón, es importante recalcar que este trabajo ha sido un acercamiento a una realidad concreta que he encontrado interesante y diferente a la práctica común de los kichwas mindaláes. De ahí que surge la inquietud de por qué varias familias decidieron radicarse permanentemente en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas y cómo fue el proceso de su diversificación comercial. La intención en esta última sección no es dar una respuesta a una realidad compleja de la vida y comercio transnacional de los kichwas, sino tiene como objetivo presentar varias reflexiones que conduzcan a generar nuevas preguntas en torno a los temas abordados. La migración y el comercio de los kichwas es un tema fascinante, pues se logra percibir las diferentes estrategias, dinámicas y elementos que facilitan o limitan los viajes. Creo que de esta manera el tema da mucho para hablar y explorar, por lo que esta investigación se convierte en una pequeña aportación a los trabajos que se han y podrían elaborarse referente a los kichwas.

Se presentaron cuatro capítulos como parte de la tesis. En el primero se presentó información sobre los kichwa otavalos en la vida social y política de la ciudad de Otavalo, en la provincia y sus aportes a nivel nacional. Además se realizó una recopilación de varias investigaciones que hablan de los comerciantes y viajeros kichwas y sus recorridos. Desde la perspectiva de diferentes autores se compiló información que sirvió para posicionar a los kichwas dentro de un ámbito de comercio y viajes alrededor del mundo. En el segundo capítulo se abordaron los elementos teóricos y metodológicos que sirvieron como base a lo largo de toda la investigación y la elaboración de este documento, tomando como ejes

teóricos a las migraciones transnacional, redes, capital social, mercancías y valor simbólico. Así también se presentó la metodología, mi posicionamiento como investigadora y los obstáculos y estrategias que se surgidos a la hora de realizar esta investigación. El tercer capítulo se inicia con las trayectorias y flujos migratorios de esta población y sus diferentes dinámicas en la venta transnacional de los productos textiles, musicales, artísticos y artesanales, además de cómo se mantienen y construyen las redes y el capital social que propician y posibilitan la migración. Se presenta a los kichwas como sujetos que buscan explorar nuevos mercados y que encontraron en México un lugar idóneo para iniciar una nueva etapa de trabajo y que resultó siendo un buen lugar para la comercialización de textiles elaborados en Otavalo y productos peruanos. Así también se presentan las ventajas que obtuvieron cuando las leyes migratorias de aquella época permitieron y facilitaron la estadía de los kichwas en el país, pero que al presentarse e implementarse una nueva ley, modificó y redujo la migración de ecuatorianos a este país. En el cuarto capítulo se vislumbraron las formas y las estrategias que los kichwas elaboran, construyen y modifican para continuar en el comercio.

Específicamente en la ciudad de San Cristóbal se presenta una dinámica muy particular, pues los kichwas deciden radicarse permanentemente o al menos por un periodo mucho más largo de lo usual, e innovar en el comercio, para lo cuál construyen nuevas áreas de negocio y la implementación de valores simbólicos para los productos que ofertan. Las redes y el capital social permitieron que sus negocios crecieran, se ampliaran y resultaran exitosos durante estos años de trabajo. Las mercancías y sus negocios confluyen en una suerte de legalidad y orden negociados, lo cual deben ir construyendo permanentemente para poder mantenerse en el comercio. El *vida maskay* como este esfuerzo constante por triunfar en la vida, buscando lugares donde trabajar y prosperar está siempre presente en la vida de los kichwas, pues reconocen que su lugar de referencia y de retorno siempre será Otavalo, mientras que el trabajo se establece en cualquier lugar del mundo donde puedan trabajar y comercializar, lo que nos da una idea de que la permanencia en San Cristóbal de Las Casas es temporal, pues estarán en esta ciudad mientras dure su negocio y buscarán nuevos lugares una vez que así lo requieran.

Dentro de las reflexiones sobre la metodología me gustaría mencionar que al ser parte de los kichwa otavalos, pude tener un acercamiento más fraterno con la comunidad mindaláe radicada en México y en San Cristóbal de Las Casas, lo cual de cierta manera me ha ayudado a encontrar información que para muchos investigadores ha resultado difícil a la hora de trabajar con esta población. Las amistades construidas desde Ecuador me facilitaron acompañar en ciertos momentos de sus vidas en el extranjero y en el comercio en distintas ciudades de México. Al no considerarme una comerciante y por lo tanto, al no ser una competencia, fue más fácil acercarme y tener la facilidad de preguntar ciertas cosas referentes a sus negocios y las formas de comercialización. Considerando que los kichwas son muy reservados con la información, esta fue una de las ventajas que me permitieron elaborar esta investigación. Una de las formas de lograr que obtener datos sobre los negocios no necesariamente fue a través de las entrevistas que logré realizar, sino más bien en las visitas y las conversaciones informales que mantuve durante varios meses con los kichwas, las cuales me brindaron información mucho más relevante, pues al intentar entrevistar y grabar a los comerciantes, las respuestas eran mucho más cuidadosas y se recalcaban en la legalidad de sus negocios y de su estancia en el país, lo que muestra que es un tema sensible y de mucho cuidado para los kichwas.

A pesar de estas facilidades que me permitieron hacer el trabajo, me resultó compleja la decisión de exponer ciertas prácticas y discursos que observé durante el campo, pues de alguna manera éstas también están arraigadas en mi vida y mi perspectiva de trabajo. Han existido ciertas ocasiones donde debí alejarme del tema para poder entender desde otra mirada lo que resulta común y corriente para mí. Durante la elaboración del manuscrito también me he visto en la difícil tarea de esquivar algunos temas que son sensibles y que por el momento he evitado mencionar, pues pienso en las consecuencias que esta información podrían tener contra mis informantes. Aunque para muchos de los lectores estos temas evidentes que no son mencionados pudieran ser una carencia de la investigación, para mí han resultado elementos que podrían afectar y perjudicar a los kichwas, por lo que en este sentido he evitado mencionarlos y en determinadas ocasiones hacer referencias ligeras sobre el tema.

Cuando se menciona la presencia de los kichwa en la ciudad de Otavalo podemos observar cómo este grupo indígena sufría de discriminación y abuso por parte de la

población mestiza del lugar. A través de los viajes y el comercio, muchos lograron conseguir recursos económicos que les permitieron romper con la frontera étnica marcada durante años. La ciudad se convirtió en un centro atractivo y turístico gracias a la presencia de los kichwas y la venta de artesanías y textiles en la Plaza de Ponchos. Mejorar la calidad de vida para los otavalos es una búsqueda constante y fue a través de la migración, viajes y emprendimientos que permitieron que poco a poco los kichwas pudieran acceder a los espacios urbanos y políticos de la ciudad. El orgullo de los kichwa otavalos se debe a esta capacidad adquisitiva que lograron a través de la venta de artesanías en el exterior. Esto motivó también a muchos otros a iniciar sus viajes con el apoyo de familiares y amigos que cruzaron las fronteras. Los pioneros fueron quienes abrieron estos caminos y permitieron que muchos otros kichwas pudieran involucrarse en el comercio y el negocio transnacional. Cada viaje era una aventura donde se conocía y se aprendía cada vez más, se entendían las formas de migrar, los documentos necesarios, los espacios donde vender y los productos que resultaban rentables para la venta. Aquellos que lograron viajar a países donde no se habla el español tuvieron que adaptarse y aprender a comunicarse para poder tener éxito en la venta ambulante o haciendo música. Regresar a Ecuador triunfante es una de las metas trazadas por los kichwas, por ello el sacrificio y las aventuras son necesarias para lograrlo. Al respecto, Gina Maldonado (2004), también menciona el valor que los viajes tienen frente a la identidad, pues los mindaláes ya no responden a los estereotipos construidos de la imagen de lo indígena, sino que lo refuerzan a través de los viajes. La identidad funciona como elemento de resignificación y revalorización de lo “indio” no solamente en Otavalo, ni Ecuador, sino que construyen una imagen universal del kichwa otavalo. La identidad kichwa también posibilitó la comercialización de artesanías, pues esta imagen “exótica” brindaba elementos de autenticidad de sus mercancías, pues eran elaboradas por productores indígenas, satisfaciendo de alguna manera la adquisición de mercancías indígenas y remarcando aún más la originalidad del producto.

Aunque las artesanías ecuatorianas y otavaleñas abrieron paso a los mercados internacionales, esta cada vez iba decayendo. Debido a que existían otras mercancías igual de llamativas pero más baratas y de mejor calidad, lo ofertado por los kichwas empezó a decaer cada vez más, por lo que muchos empezaron a diversificar sus áreas de comercio. Que un producto esté “quemado” implica que ya no es más rentable y por lo tanto hay que buscar nuevas mercancías que sean atractivas y demandadas por los consumidores. Por lo

tanto el área de comercio de los kichwas debió reenfocarse y decidieron invertir en mercancías chinas e hindús, las cuales todavía mantenían características artesanales. Al convertirse en un producto que se vendía con mucha facilidad, los demás kichwas también empezaron a enfocarse en el mismo producto, por lo que la competencia cada vez era más voraz. Por esta razón, muchos de los kichwas mencionan que es necesario ser cuidadoso con la información de las mercancías, pero también de los lugares donde se pueden comercializar. Buscar más espacios de ventas es una tarea constante, se debe ser el pionero en un lugar o con una mercancía, pues esto brinda ventajas que le permiten mantenerse y continuar con el negocio. Cuando los mercados, las ferias, los lugares se saturan de otros kichwas esto implica que ese espacio ya no es más rentable, por esto es necesario ir buscando continuamente y por ello la itinerancia en los kichwas en varios países y ciudades.

Debido a esta fuerte competencia entre los kichwas, no existe una organización o una asociación que apoye o negocie con las autoridades en los países receptores, situación que también se presenta en México. Su posibilidad de quedarse en un país, o de proponer convenios o conseguir ventajas de algún tipo es una tarea difícil cuando cada familia debe luchar y valerse por si sola. De esta manera, aunque las redes permiten y facilitan la migración, los kichwas se han esforzado a que éstas sean más bien de tipo familiar y no comunitario. La competencia ha generado un nivel de discordia comercial, por lo que cada familia busca conseguir sus logros individualmente, así las conexiones con miembros de otras redes, valiéndose de los lazos débiles según palabras de Granovetter (1975), o la información que brindan las redes exocéntricas como lo establece Lomnitz (1975), brindan datos que son relevantes para la implementación de sus negocios y la comercialización de nuevas mercancías. Los lazos fuertes, serían en este caso las relaciones familiares, pues las estrategias y la información se manejan estrictamente dentro de este grupo. De esta manera se puede observar que las redes sociales entre los kichwas está dividida por los intereses comerciales.

A pesar de que las redes se construyan de manera familiar, también estas se dividen y construyen sus propias redes en el caso de que uno de los miembros se case e inicie su propio negocio. Aunque el lazo se mantenga familiarmente, las actividades recreativas, ceremoniales o festivas se siguen manteniendo, sin embargo, cuando se tratan de negocios,

cada uno intenta cuidar su trabajo. Este es el caso de la familia Gramal que he presentado en el texto, radicada en San Cristóbal de Las Casas, pues si de inicio se trataba de una sociedad donde cada uno de los miembros cumplía con sus respectivos roles, cuando los miembros se casaron y se independizaron, cada uno construyó su negocio y su forma de trabajo. En varias ocasiones escuché mencionar que los “negocios son negocios y familia es familia, pero aparte”. Esto muestra que la rivalidad y la competencia son constantes en las redes, aunque estas sean de tipo familiar. Sin embargo, también las redes han permitido que exista cierta solidaridad con otros kichwas, pues quienes inician sus viajes por primera vez contarán con el apoyo de familiares o amigos que se encuentren en el lugar de destino. Los reciben, les dan hospedaje y en ciertas ocasiones les mencionan qué productos son rentables, pero la información acerca de dónde vender es cuidadosamente resguardada. Es decir que las redes brindan ventajas en ciertas ocasiones, pero también restringen varios elementos que sobre todo limitan la competencia.

Esta misma búsqueda de nuevos lugares donde negociar y nuevas mercancías que ofrecer permitió que los kichwa otavalos se insertaran en diferentes áreas del mercado. De la venta ambulante en las calles del Centro Histórico de la ciudad de México, a la renta de locales en los mercados artesanales, la participación en ferias, la instalación de stands en supermercados y la venta de mercancías al por mayor en diferentes ciudades del país fueron estrategias construidas por los comerciantes otavalos para poder mantener su trabajo y sacar ventaja de la migración, pero sobre todo buscar alternativas a la saturación de los mercados donde trabajan. Es así que varias familias encontraron en San Cristóbal de Las Casas el lugar idóneo para instaurarse, pues el turismo lo hace una ciudad atractiva y de mucho flujo comercial. Sin embargo, la disputa generada con otros comerciantes, también influyó en que los kichwas buscaran nuevas formas de comercializar. La presencia de tzotziles y tzeltales estableció claramente un “campo”, en palabras de Bourdieu, donde se contendían la venta de artesanías elaborados por los productores locales y la presencia de los kichwas con artesanías ecuatorianas y peruanas. Si bien esto intervino en el cambio de mercancías y formas de comercialización de los kichwas, también modificó la venta de productos locales ofertados por los comerciantes locales. Las antiguas disputas entre estos dos grupos de comerciantes, finalmente generaron espacios de relaciones comerciales. Así también, los otavalos se orientaron en un nicho de mercado que encontraron rentable, la venta de ropa y artículos fashion y de moda, enfocándose en un consumidor diferente.

Para construir nuevas estrategias mercantiles, los kichwas analizaron el tipo de demanda y la clientela que quieren satisfacer. Su área de negocios en San Cristóbal se enfoca a compradores de estratos medios altos, pues son los que mayor capacidad adquisitiva tienen y que sobretodo buscan productos novedosos, cosas que no se ven en esta ciudad, sino que mas bien se encuentran en las grandes urbes. Para esto han dotado de nuevos valores simbólicos a sus mercancías, a través de elementos que les dan un nuevo significado como han sido la decoración y remodelación constante de los locales, la exhibición de los productos, el nombre del local, su ubicación e incluso detalles tan pequeños como las bolsas plásticas o las tarjetas de presentación. De esta manera, el negocio de los kichwas ha ido expandiéndose, al punto tal que el Andador Eclesiástico es el lugar donde se encuentran la mayor cantidad de negocios de los ecuatorianos. Este boom de tiendas en el mismo sitio, comienza a preocupar a muchos de los kichwas, pues la competencia entre ellos mismos “está dañando” su propia área de comercio, y muchos mencionan que sus negocios están decayendo cada vez más, por lo que comienzan a buscar nuevos productos en caso de que las mercancías actuales llegaran a tener poca demanda y tuvieran que dejar sus negocios actuales.

Frente a este tipo de problemática, existe una propuesta diferente, de una sola familia que ha optado por trabajar con productos artesanales de la zona, pero brindándoles un valor agregado importante, la presentación. Lavar, planchar y etiquetar sus mercancías ha hecho que las artesanías tengan un valor simbólico de interés para los turistas, pues consideran que están comprando productos de calidad y que son de esta región. También se ha enfocado en la decoración del local, como lo han hecho los otros kichwas. Esta propuesta está pensada a largo plazo, pues como productores y proveedores, tienen la posibilidad de ir innovando de acuerdo a las demandas del mercado, lo cual les permite no tener competencia, además que abarcan varias áreas del mercado, convirtiéndola en una propuesta a largo plazo y de mayor beneficio para sus propietarios.

Los kichwas han debido negociar constantemente con las limitaciones que los estados establecen a la hora de ingresar mercancías. Muchos iniciaron la importación de sus productos en cada viaje que realizaban, trayendo varias maletas como equipaje y pagando valores aduanales en los aeropuertos. Para esto se valían de facturas que certificaran los valores “reales o ficticios” de estos productos. Sin embargo, las restricciones a la

importación de artesanías o textiles frenaron esta forma de ingresar mercancías al país. Por esta razón se buscaron nuevos recorridos para lograrlo, buscando rutas alternas. En la actualidad casi todos los mayoristas logran importar las mercancías, ya que han aprendido todo el trámite aduanal y han establecido además contactos con varios agentes que les facilitan el proceso y eliminan ciertos contratiempos. Los kichwas radicados en San Cristóbal y que se dedican a la venta de ropa fashion también han debido aprender a movilizar sus productos, ya que la mayoría de ellas se compran en los mercados mayoristas de la ciudad de México o que son traídas desde los Estados Unidos, no todos cuentan con los respaldos de facturas o documentos que certifiquen la “legalidad” de las adquisiciones. Esta situación obviamente alerta a los kichwas, ya que la nueva Reforma Tributaria de 2014 obliga a todos los comerciantes a informar sobre sus ingresos y gastos y a pagar impuestos. Esto involucra que deben presentar facturas de adquisición y de venta de sus mercancías, lo que ha generado preocupación en los kichwas. Sus mercancías, a los ojos de las instituciones tributarias, transgreden los mecanismos institucionalizados, sin embargo, se debe considerar que los kichwas cumplen con sus pagos de hacienda y están registrados como pequeños contribuyentes. Los kichwas deben construir un orden negociado, cumpliendo con todas las demandas que impone el Estado, pero maniobrando y construyendo alternativas para insertarse en una “legalidad” aparente.

Finalmente, he comprendido que aunque los flujos migratorios de los kichwa otavalos han sido permanentes y buscan cada vez más lugares donde empezar sus empresas y comercializar las mercancías que demanda el mercado han abandonado un área importante de comercio que tiene repercusiones significativas y directas en Otavalo. Como se ha mencionado durante el texto, la artesanía otavaleña ha ido decayendo durante los últimos años, siendo reemplazada cada vez más por productos chinos o hindús. Los kichwas ya no producen textiles, la mayoría se ha dedicado a la comercialización, se han convertido netamente en comerciantes. Incluso el mercado artesanal de Otavalo, la Plaza de Ponchos, se ha transformado en un mercado de productos extranjeros, dejando de lado a muchos productores kichwas que se han dedicado a esta actividad durante años. A pesar de que los kichwas sepan entender bien las lógicas del mercado y han sabido encontrar los productos adecuados para mantenerse como mindaláes, se ha dejado de lado el apoyo a quienes les dieron fama. En la actualidad, muchos de los kichwas que se dedicaron a producir excelentes textiles para la exportación, tienen sus telares y fábricas varadas. Su

producto ya no es más cotizado por los comerciantes kichwas, por lo que han tenido que dejar de trabajar en ello. Lamentablemente esto genera una grave crisis en las comunidades kichwas, pues ya casi no existen personas que se dediquen a esta tarea. Incluso, dentro de las políticas locales, no ha existido el apoyo gubernamental para que las técnicas, los conocimientos y los métodos textiles perduren en la zona. Tema que puede ser de interés en una siguiente investigación.

ANEXO FOTOGRÁFICO

Feria de las Culturas Amigas, Ciudad de México, junio 2013.
Kichwa otavalos vendiendo sombreros de Paja toquilla y textiles otavaleños



Feria de las Culturas Amigas, Ciudad de México, junio 2013.
Carpa ecuatoriana



Plaza Loreto, Ciudad de México, agosto 2013.
Presentación de músicos kichwa otavalo en Feria “Ecuador ama la vida”.



Celebración del Inti Raymi 2013 – Población kichwa otavalo residente en México
Calle Madero, Centro Histórico de la Ciudad de México.



Plaza Central, Tepic – Nayarit, octubre 2013.
Feria Artesanal. Kichwa otavalo ofertando mercancías peruanas, chinas e hindús



Plaza Artesanal Uruguay, Centro Histórico de la Ciudad de México, Octubre, 2013.
Centro de ventas al por mayor de varios kichwa otavalos.



San Cristóbal de Las Casas, agosto 2013
Tienda de ropa fashion, Familia Gramal.



San Cristóbal de Las Casas, agosto 2014.
Vitrina tienda de Ana Fichamba.



San Cristóbal de Las Casas, agosto 2014.
Vitrina tienda de Ana Fichamba.



San Cristóbal de Las Casas, octubre 2013.
Tienda ropa y accesorios chiapanecos. Tienda Familia Maigua.



BIBLIOGRAFÍA:

- Almeida Ileana y Martínez Jaime, *Indios*, Quito, Abya Yala, 1991.
- Appadurai Arjun, *La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías*, México, CONACULTA, Grijalbo, 1991
- APAK - Asociación de Productores Audiovisuales Kichwas, Proyecto: Recuperando la Memoria Oral del Mindaláe Otavalo; Artesano y Comerciante kichwa Universal, 2012.
- Atienza de Frutos, David, *Viaje e Identidad. La génesis de la élite kichwa-otavaleña en Madrid, España*, Quito, Abya Yala, 2009.
- Beltrán, Joaquín, *et al.*, *Empresariado étnico en España. Un campo de estudio para el empresariado étnico en España*, CIDOB, Barcelona, España.
- Beltrán Antolín, Joaquín, *Los ocho inmortales cruzan el mar. Chinos en Extremo Occidente*, Barcelona, Ediciones Bellaterra, 2003.
- Blanco, Mercedes, “El enfoque del curso de vida: orígenes y desarrollo”, *Revista Latinoamericana de Población*, Año 5, Núm. 8, Enero-Junio, 2011.
- Bourdieu, Pierre, *Razones prácticas, sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama colección argumentos, 1997.
- Castells, Manuel y Alejandro Portes, “World Underneath: The origins, dynamics, and effects of the informal economy”, e n Portes, Alejandro, Manuel Castells y Lauren A Benton, *The informal economy. Studies in advanced and less developed countries*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, pp. 11-33, 1989.
- Cohen, J., *Diasporas*, *Cultural Anthropology*, Vol 9. No.3, 1994.

- Collier John y Buitrón Anibal, *The Awakening Valley*, Chicago: The University of Chicago Press, 1949.
- Coleman, J. “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *The American Journal of Sociology*, vol. 94, Chicago, 1988.
- Colloredo – Mansfield Rudi, *Farmers, Weavers, and Textile Dealers: Material Culture, Economic Change, and the Making of an Indigenous Social World in the Ecuadorian Andes*, University of California, 1996.
- D’Amico Lynda, *Expressivity, Ethnicity and Renaissance in Otavalo*, Indiana University, 1993.
- Faist Thomas, “Espacio social transnacional y desarrollo: Una exploración de la relación entre comunidad, estado y mercado”, *Migración y Desarrollo*, No. 5, pp. 2-34, 2005.
- Geertz Clifford, *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Editorial Gedisa. S.A., 1997.
- Glick Schiller, Basch y Szanton Blanc, “From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration” en *Anthropological Quarterly*, Washington, col. 68, núm 1. Pp. 48-63, 1995.
- Grossberg Lawrence, “Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso?” en Hall, Stuart- gay Paul Du (compiladores), en *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 2003.
- Guerrero Andrés, *Ciudadanía, frontera étnica y compulsión binaria*, en Iconos 10, Quito, FLACSO Ecuador, 2000.
- Granovetter, M, *Getting a Job, a Study of Contacts and Careers*, Chicago, University of Chicago, 1995.

- Hurtado Edison, *A fuego cruzado. Relaciones Interétnicas, espacio urbano y logos turístico en Otavalo*, 2003.
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Ecuador, *Las cifras del pueblo Indígena. Una mirada desde el Censo de Población y Vivienda 2010*, Quito, 2012.
- Korovkin Tanya, *Comunidades indígenas. Economía de mercado y democracia en los Andes ecuatorianos*, Quito, Abya Yala, 2000.
- Koser, Khalid, *International migration, A very short introduction*, Oxford University Press, 2007.
- Kyle David, *The Transnational Peasants: The Social Construction of International Economic Migration from the Ecuadorian Andes*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2000.
- Lema Germán, *Los Otavalos. Cultura y tradiciones milenarias*, Quito, Abya Yala, 2005.
- Levitt Peggy y Glick Shiller Nina, “Perspectivas internacionales sobre migración: conceptualizar la simultaneidad”, en *Migración y Desarrollo*, 2003.
- Long Norman, *Sociología del Desarrollo. Una perspectiva centrada en el actor*, México, CIESAS, Colegio de San Luis, 2007.
- Lomnitz Larissa, *Como sobreviven los marginados*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1975.
- López Sala, Ana María, *Los comerciantes sindhis en Canarias. Relaciones transnacionales y actividad económica*, Revista CIDOB d’ Afers Internacionals, núm. 92, 2010.
- Maldonado Gina, *Comerciantes y Viajeros. De la imagen etnoarqueológica de “lo indígena” al imaginario del Kichwa Otavalo “Universal”*, Quito, Abya Yala, 2004.

- Massey, Douglas, Joaquín Arango, Graeme Hugo, Ali Kouaouci, Adela Pellegrino, J. Edward Taylor, *Teorías de migración internacional: una revisión y aproximación*, ReDCE, No. 10, julio-diciembre, 2008.
- Meisch Lynn, *Tradicional Communities, Transnationals lives: Coping with Globalization in Otavalo-Ecuador*, Stanford University, 1997.
- Narotzky Susana, *Antropología económica. Nuevas tendencias*, Barcelona, Melusina, 2004.
- Ordoñez Angélica, Migración Transnacional de los kichwa Otavalo y la fiesta del Pawkar Raymi, en *Al filo de la identidad. Migración Indígena en América Latina*, Quito, FLACSO, 2008.
- Parsons Elsie, *Peguche: Canton of Otavalo province of Imbabura – Ecuador*, Chicago: University of Chicago Press, 1945.
- Pérez López, Norma Guadalupe, *Socialización y trabajo desde la perspectiva de Li t'sebetike x ch'iuk keremetike (niñas y niños) trabajadores*, Tesis para obtener el grado de Maestra en Antropología Social, CIESAS, 2012.
- Polanyi Karl, *El sustento del hombre*, Madrid, Capitán Swing, 2009.
- Portes Alejandro, “Economic sociology and the sociology of immigration: a conceptual overview”, en Portes (ed.), *The economic sociology of emigration, essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*, New York, Russell Sage Foundation, 1995.
- Portes Alejandro y Landolt, *Globalization from below: the rise of transnational communities*, *Ethnic and Racial Studies* 22, 1999.

- Rabell, Cecilia y María Eugenia D'Aubeterre, “¿Aislados o solidarios? Ayudas y redes familiares en el México Contemporáneo” en Cecilia Rabell Romero (coordinadora) *Tramas Familiares en el México Contemporáneo. Una perspectiva sociodemográfica*, 2009.
- Rabinow, P, *Reflexiones sobre un trabajo de campo en Marruecos*, Madrid, España: Júcar Universidad, 1992.
- Reis Oliveira, Catarina, *La actividad empresarial china en Portugal. ¿Estrategias étnicas tradicionales?*, Revista CIDOB d'Afers Internacionals, No. 92, 2010.
- Rojas Hugo, Cuando el comercio hace la vida: orden negociado, transfiguración del valor y nacionalismo en el contexto fronterizo México Guatemala, Tesis para la obtención de Doctorado, Universidad Iberoamericana, 2014.
- Rouse, R., *Mexican migration and the social space of posrmodernism*, Diaspora Vol. 1, No. 1, 1991.
- Ruiz Balzola, Andrea, Estrategias, inversiones e interacciones de las mujeres migrantes kichwa otavalo, en *Al filo de la identidad. Migración Indígena en América Latina*, FLACSO, Quito, 2008.
- San Félix Álvaro, *Monografía de Otavalo*, Otavalo, IOA, 1988.
- Sánchez Parga José, *Diálogos. Conflictos y Democracia en Ecuador*, Quito, CAPP, 2005.
- Simmel, George, *Filosofía del dinero*, Instituto de estudios políticos, Madrid, 1977.
- Silva Guendulain, Antonio, *Globalización e identidades étnicas en movimiento en América Latina, Los migrantes kichwa de Otavalo y los Triqui de Copala en la ciudad de México*. Tesis para la obtención de doctorado en Estudios Latinoamericanos, UNAM, México, 2013.

Torres Alicia, De Punyaro a Sabadell...la emigración de los kichwa otavalo a Cataluña, en *La migración ecuatoriana. Trasnacionalismo, redes e identidades*, de Herrera, Carrillo y Torres (editoras), Flacso, Quito, 2005.

Widmark Charlotta, Etnicidad y estrategias sociales de Aymaras urbanos en La Paz, Bolivia, en *Construcciones interétnicas y dinámica sociocultural en América Latina*, de Koonings y Silva (editores), Quito, Abya Yala, 1999.

Sitios web:

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Acuerdos Regionales y Apertura de Mercados. Visitado por última vez 26 de agosto de 2014.

<http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/3a639505dfc4dd4003256d2c005dd294/3b27eb7e495467b40325682400610e5b?OpenDocument>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. Mapa de Nacionalidades y Pueblos Indígenas. Visitado por última vez: 01 de diciembre de 2012.

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=187&Itemid=138&lang=es?TB_iframe=true&height=600&width=1000

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. Ley de Migración. Visitado por última vez: 29 de mayo de 2014.

www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/LMigra.doc

Khadria, Binod, *India: migración calificada a los países desarrollados, migración laboral al Golf*. Visitado por última vez: 22 de agosto de 2014.

estudiosdeldesarrollo.net/coleccion...latina/migracionYdesarrollo/c4.pdf

Servicio de Administración Tributaria (SAT). Visitado por última vez, 28 de julio de 2014.

<http://www.sat.gob.mx/>

[Guía para el Régimen de Incorporación Fiscal.](#)

<http://www.slideshare.net/satmx/gua-rpida-para-el-rgimen-de-incorporacin>

Silva Londoño, Diana Alejandra. Comercio Ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007). Visitado por última vez, 26 de mayo de 2014.

<http://www.ejournal.unam.mx/rms/2010-2/RMS010000201.pdf>

Simbaña Floresmilo. La plurinacionalidad en la nueva constitución. Visitado por última vez: 01 de diciembre de 2012.

<http://www.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-453.html>

Silva Guendulain, Antonio. La migración trasnacional de los kichwa otavalo a la ciudad de México en tiempos de globalización. Visitado por última vez: 03 de marzo de 2013.

<http://www.pacarinadelsur.com/home/mascaras-e-identidades/492--la-migracion-transnacional-de-los-kichwas-otavalo-a-la-ciudad-de-mexico-en-tiempos-de-la-globalizacion>