

En los mercados mayoristas se identifica una presencia económica inédita de los sectores populares

Sofía Pérez

1 de septiembre de 2021



Los actores populares participan en la economía global ensanchando redes étnicas y emparentando negocios

Al hablar de economía popular, se habla de la economía de los sectores populares; los pequeños negocios, los de abajo, los sujetos clásicos de las escenografías rurales, campesinos marginales o vendedores informales, afirmaron Fernando Rabossi, académico de la Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil y Nico Tassi, académico de la Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia.

Una de las transformaciones significativas ocurridas en América Latina en las últimas décadas ha sido la incursión de grupos populares históricamente marginales en el control de *clusters productivos*, mercados de productos importados, juntas comerciales y redes de distribución transnacionales cuyo volumen de facturación duplica el de las tiendas convencionales, afirmaron los académicos.

Los sectores populares y los mercados mayoristas

Los investigadores expusieron varios ejemplos, entre ellos, los mercados mayoristas que, en diferentes áreas urbanas circuladas por comerciantes, transportes y viajeros minoristas, han empezado a reconfigurar la espacialidad y las formas de la economía regional y sus narrativas de desarrollo. Se trata, de una presencia económica inédita de los sectores populares vinculada al crecimiento de los mercados, a la expansión de su radio de operación y a una creciente capacidad de negociación en determinados circuitos globales.

Lo que se propone es reflexionar sobre las condiciones estructurales que alimentan el salto de escala de los actores económicos populares sin el miedo de ser devorados por los grandes conglomerados globales y que parecen mostrar un ajuste por afinidades estructurales y también comprender las formas que van aflorando, que se reproducen y reconfiguran a partir de un emparentamiento de negocios globales centrado en actores populares, afirmaron los investigadores.

En algunos casos se identifica una sobreposición de circuitos socioeconómicos y empresas familiares trans locales y multidimensionales que manejan simultáneamente diferentes rubros que son capaces de articular los diferentes emprendimientos comerciales y productivos de las diásporas chinas en Italia, Tailandia, Corea, y los distritos productivos rurales en china, afirmaron los especialistas.

En este fenómeno se muestra una tendencia de combinar un manejo de los elementos más avanzados del capitalismo con modalidades y prácticas organizativas que se anclan en la familia, el paisanaje, el emparentamiento de negocio y la sobreposición de múltiples circuitos económicos, explicaron Rabossi y Tassi.

Mercancías adaptadas al mercado popular

Se identifica un proceso de flexibilización de la producción, reducción de los costos del transporte y readaptación a los formatos y volúmenes de los emprendedores populares, afirmó Fernando Rabossi, y agregó que, eso también se combina con

una transformación estructural que perfila un tipo de mercancías capaces de adaptarse a los deseos y las necesidades de los bolsillos de sectores populares.

Un ejemplo de este fenómeno es el de los teléfonos inteligentes “Shanzhai” los cuales se han ido adaptando a las necesidades generalmente del consumidor rural o del consumidor de los países en desarrollo. Los celulares “Shanzhai” nos brindan un mayor nivel de complejidad en el análisis de la consolidación de la economía popular, no sólo en la producción, sino en la incursión del diseño y en la creación de nuevas mercancías, afirmó el investigador.

Este caso muestra cómo la tendencia centripeta monopolizadora especialmente de productos con alto contenido tecnológico empiezan a enfrentarse con tendencias multiplicadoras diversificadas emergentes con la potencialidad de poner en vilo las estructuras de precios y de cuotas de mercado de las grandes empresas globales, expresó Rabossi.

Distribución transnacional mediante redes familiares

Las empresas transnacionales han desarrollado estrategias de distribución y comercialización basadas en el conocimiento de las denominadas *hormigas de la globalización*, que se refiere a la práctica de la micro distribución y venta puerta a puerta para alcanzar segmentos de mercado de los barrios populares o de los lugares alejados. Estas *hormigas de la globalización* aprovechan su control de los mercados locales, sus fronteras, rutas, y códigos en la nacionalización de mercancía, afirmaron los académicos.

Se van desarrollando afinidades a nivel global entre diferentes grupos de familias (como en el caso de las redes conformadas por familias chinas y bolivianas). Este *emparentamiento de negocios* se ancla en alianzas interfamiliares que van tejiendo infraestructuras económicas fundamentadas en el matrimonio, el compadrazgo o que se construyen paulatinamente a través del intercambio de regalos y favores capaces de instalar una reciprocidad obligada y reestructuras económicas que permiten crear formas de confianza, pero también de control social para reglamentar un tipo de economía que funciona en los márgenes de los marcos regulatorios oficiales de la globalización, expresó Fernando Rabossi.

En este sentido, las alianzas intrafamiliares o los acuerdos informales entre gremios populares se vuelven una herramienta para hacer frente a estafas y para sintonizar necesidades de los emprendimientos a las formas de operación de lo global, comentó el investigador.

Las reflexiones de Fernando Rabossi y Nico Tassi se llevaron a cabo el 26 de agosto de 2021 en el marco del Seminario Permanente Interinstitucional *Movilidades en contextos migratorios*, coordinado por; Delphine Prunier y Bruno Miranda, investigadores del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México; por Hiroko Asakura, Magdalena Barros, Laurent Faret y Patricia Torres, investigadores del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Sociales de la Ciudad de México; y por Alejandra

Díaz de León y Liliana Rivera Sánchez, académicas del Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México. El video del evento se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=XYOzvVw4w2M>



Resonancias

Blog del Instituto de Investigaciones
Sociales de la UNAM

<https://iis.unam.mx/blog>

Contacto

Lic. Miriam Aguilar
Coordinadora de Difusión del IIS-UNAM
Correo: difusion.iis@unam.mx
Tel. 5622 7390

 [/iis-unam](#)

 [@IISUNAM](#)

 [/user/canaliisunam](#)