



UNIVERSIDAD DE CHILE

**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE ARTES**  
**ESCUELA DE POSTGRADO**

# **Terminal Agropecuario: gestión en comercio tradicional como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique**

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural

Profesor Guía: Gabriel Matthey Correa

Estudiante Tesista: Jocelyn M. Gómez A.

NOVIEMBRE 2021

Santiago de Chile

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, dar las gracias al personal del negocio “Valle Verde” por la oportunidad de compartir lo que sabían sobre compras y ventas de productos alimenticios desde sus vivencias personales y la confianza de conversar sus preocupaciones e intereses lo que me permitió desde lo técnico desarrollar una entrevista interactiva sin perder la confidencialidad que solicitaron en algunas ocasiones.

También doy las gracias por el apoyo del presidente y vicepresidente del Terminal Agropecuario Iquique Sociedad Anónima: don Juan Zapata y Ángel Gómez. Junto a ellos, destaco los aportes de Isabel Silva y Mario Lazo por su paciencia y confianza para facilitar información necesaria para el desarrollo de esta tesis.

Igualmente, agradezco a la comisión evaluadora por sus observaciones y comentarios sobre todo a Gabriel Matthey, profesor guía, que me robusteció en esta etapa el lado profesional y humano de la gestión cultural con sus consejos y apoyo constante.

Para terminar, y de mucha importancia para mí, quisiera dar las gracias a mi familia: mis tíos Ángel Gómez, Orlando Gómez, mis padres Ciriaco y Laura, mi hermano Álvaro y mi marido Mario Alcalde Ruiz. Cada uno de ellos, me acompañó de diferente manera en especial mi madre que falleció en este proceso de mis estudios volviéndose un apoyo espiritual.

## RESUMEN

Este trabajo versa sobre el ejercicio de la gestión cultural en la visibilización del comercio tradicional como patrimonio inmaterial en un contexto normativo que reconoce oficialmente sólo oficios artesanales. Para ello, se ha propuesto como objetivo general: examinar y reflexionar el valor de los usos y saberes en las prácticas económicas del comercio tradicional no artesanal del Terminal Agropecuario (TAISA) como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá. El marco metodológico ocupado es la etnografía para un estudio de caso con enfoque biográfico. Bajo el esquema conceptual de “campo cultural” se expone un análisis etnográfico con datos arqueológicos, históricos y antropológicos, a través de las técnicas: observación directa/participante, entrevista, revisión bibliográfica y documental. Entre los resultados obtenidos destaca la procedencia, el movimiento migratorio, la unidad doméstica, el parentesco y ciclo vital como proceso de formación en el oficio de comerciante. Este proceso ha pasado por transformaciones en cuanto a su tecnología y técnicas de trabajo, pero mantienen la visión de mundo en relación con sus prácticas y saberes respecto a la economía en el comercio. Producto de esto, se propone un instrumento de gestión para solicitar oficialmente el Terminal Agropecuario S.A. como patrimonio cultural inmaterial (etnográfico) de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.

En las conclusiones se plantea la noción de patrimonio etnográfico, en lo inmaterial por los conocimientos y técnicas de los comerciantes, junto al espacio físico/social para el intercambio económico y simbólico que ofrece este tipo de mercado. Gracias a ello se genera un *lugar simbólico* con herencia en oficios y técnicas de trabajo, que contribuye al enriquecimiento de la cultura local de la ciudad de Iquique. A modo de reflexión final, se sostiene que el valor cultural del Terminal Agropecuario está en su interculturalidad y valor que los comerciantes asignan al trabajo, esto otorga características únicas que no se encuentran en otros mercados de la ciudad, y sin embargo, cuya perspectiva no necesariamente se ajusta a la definición oficial del marco regulatorio internacional (Unesco) y nacional (Ley de Monumentos Nacionales), como tampoco es coincidente a la visión del Estado, expresada a través de sus instituciones públicas.

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>05</b>
<b>2.</b>	<b>FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>08</b>
<b>3.</b>	<b>ANTECEDENTES.....</b>	<b>11</b>
3.1.	Comercio tradicional y patrimonio cultural inmaterial en la gestión cultural...12	
3.2.	Aporte arqueológico, histórico y etnográfico al análisis del intercambio comercial en el Norte de Chile.....17	
3.3.	Identidad y territorio en la ciudad de Iquique.....20	
3.4.	Terminal Agropecuario (TAISA): mercado y un tipo de mercado.....29	
<b>4.</b>	<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>38</b>
4.1.	Definición de cultura en la gestión cultural.....39	
4.2.	Otras Economías.....41	
4.3.	Patrimonio cultural.....45	
4.4.	Etnografía y patrimonio etnográfico.....48	
<b>5.</b>	<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>52</b>
5.1.	Marco metodológico.....52	
5.2.	Ajuste metodológico.....53	

<b>6.</b>	<b>DESARROLLO.....</b>	<b>54</b>
6.1.	“Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.”: comerciantes no artesanales del Terminal Agropecuario de Iquique.....	56
6.2.	Comerciantes, naturaleza y tecnología.....	62
6.3.	Comerciantes y su relación con el mercado.....	64
6.4.	Comerciantes, trabajadores y trabajo: sociedad del negocio de abarrotes y cárnicos.....	65
6.5.	Cosmovisión: visibilizar y reconocer el valor cultural del Terminal Agropecuario.....	80
6.6.	Recomendaciones.....	83
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>84</b>
<b>8.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>90</b>
<b>9.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>99</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en el ejercicio de la gestión cultural en Chile existen dos visiones: la esfera económica-administrativa y cultural (influencia anglosajona) y una visión sociopolítica latinoamericana (Rojas, 2015). Para Mauricio Rojas (2015) la visión sociopolítica expresa desigualdades económicas, sociales, culturales y políticas, esto facilita la revisión y reflexión de nuevas propuestas teóricas y prácticas.

De acuerdo con la revisión de diversos trabajos, la relación entre gestión cultural y economía se ha caracterizado principalmente por enfocar su labor hacia el sector de las artes e industrias creativas, siendo éstas una forma de visibilizar desigualdades sociales buscando con ello, fomentar el acceso a los *bienes o valores culturales* (CNCA, 2012; MGC, 2017). En cuanto a la línea temática del patrimonio, la gestión cultural se ha centrado principalmente en el trabajo de las artesanías y desde ahí ha dado a conocer problemáticas sociales, culturales y económicas, siendo esta última una dimensión de crítica reflexiva sobre las visiones políticas que afectan la *vida cultural* del país: “[...] *la economía tiende a ser la motivación más importante para las políticas gubernamentales.*” (Throsby, 2012, p. 57).

En la dimensión económica de la gestión cultural, un referente significativo para este estudio es el trabajo realizado por Isabel Geisse (2018) el cual demuestra cómo abordar el pensamiento económico en el patrimonio material e inmaterial del comercio artesanal en la zona central del país, según la perspectiva socioeconómica desarrollada por Karl Polanyi:

El enfoque sustantivista desarrollado por Polanyi, al cual nos referiremos en esta tesis como socioeconomía, es una mirada que plantea una perspectiva diferente, reconociendo a la economía como un sistema institucionalizado para conseguir el sustento de un grupo social de acuerdo a su cultura y creencias. (Geisse, 2018, p. 6).

Por lo mencionado anteriormente me interesa en un sentido amplio explorar y reflexionar sobre la relación entre cultura y economía, en este caso indagar desde lo

conceptual y práctico la visibilización de usos, saberes, prácticas, técnicas y conocimientos como patrimonio etnográfico en un comercio tradicional no artesanal cuya particularidad advierte en primera instancia no poder identificarlo como patrimonio cultural inmaterial de acuerdo al marco regulatorio desarrollado por la Unesco (2003). Esto acotado a un contexto social específico lo he observado mediante la experiencia laboral al conocer empíricamente el *valor cultural* de una práctica económica basada en el intercambio comercial de relaciones cara a cara en un reconocido establecimiento comercial de la ciudad de Iquique ejemplificado, a través, de los saberes y experiencias de vida de los comerciantes de un negocio ubicado en el denominado Terminal Agropecuario (TAISA), conocido por la comunidad iquiqueña como “El Agro”.

Desde un punto de vista metodológico, el estudio lo he llevado a cabo desde dos tipos de etnografía: colaborativa y auto-etnográfica. La primera ha favorecido el aspecto técnico del estudio para integrarme como antropóloga y gestora cultural en las labores cotidianas del trabajo comercial considerando a las personas vinculadas laboralmente como facilitadoras de conocimientos en lugar de “informantes claves”, es decir, se toma en cuenta su punto de vista en el desarrollo del estudio formando parte del proceso de construcción de la recopilación de datos. Por su parte, la auto-etnografía permite expresar la experiencia personal posicionando a los comerciantes como sujetos políticos del estudio y no solamente como entrevistados lo que equivale a una co-teorización de los planteamientos y puntos de vista con la investigadora (Ellis, Adams y Bochner, 2019; Rappaport, 2005). Todo esto, otorga un valor relevante al trabajo de campo como herramienta necesaria en las proyecciones y limitaciones encontradas en el concepto de patrimonio cultural toda vez, que se lleva a la práctica desde la visión de los facilitadores de conocimientos en el marco de la gestión cultural.

Bajo este planteamiento no se cuestiona la calidad patrimonial del Terminal Agropecuario, sino más bien poner en relieve el modo por el cual se visibiliza el *valor cultural* de los bienes tangibles o intangibles cuando se advierte que éstos en su definición empírica desde la visión de sus creadores no va en correlato con la establecida formalmente. Por lo tanto, la pregunta que se busca resolver es: ¿de qué manera saberes y prácticas económicas pueden ser visibilizadas como patrimonio cultural inmaterial específicamente, patrimonio etnográfico de una unidad territorial en particular?

Para dar respuesta a esta pregunta dejo planteado el siguiente Objetivo General: Examinar y reflexionar, desde el “campo cultural” de la gestión, el valor de los usos y saberes en las prácticas económicas del comercio tradicional del Terminal Agropecuario (TAISA) como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá, para proponer a la comunidad de esta organización la creación de un instrumento que apoye la gestión del reconocimiento oficial como patrimonio cultural inmaterial. De este modo los objetivos específicos que condujeron esta tesis son: 1) Identificar, a través de un estudio de caso, saberes y prácticas económicas en comerciantes pertenecientes al Terminal Agropecuario Iquique Sociedad Anónima (TAISA); 2) Detallar desde un enfoque biográfico pautas del género de vida de los comerciantes de TAISA vinculados al comercio tradicional actualmente realizado en la ciudad y; 3) Describir y exponer de forma gradual y progresiva, desde un análisis etnográfico y de acuerdo con el caso estudiado, el conocimiento empírico sobre gestión en comercio tradicional desde la visión de los comerciantes de TAISA.

Como hipótesis he buscado sostener de forma precisa y sintetizada que: El Terminal Agropecuario al definirse como patrimonio etnográfico puede tener el carácter de “centro comercial y cultural”, ya que en sus múltiples significados congrega un conjunto de prácticas y saberes que no son exclusivamente económicas, sino también de pautas culturales y sociales propias del lugar, algunas con raíces ancestrales originarias del Altiplano.

Bajo esta propuesta, he buscado reflexionar desde lo particular, específico y local la relación entre comercio tradicional y patrimonio a través de la etnografía. Es esta mirada el contexto de análisis para un diálogo narrativo como el que presento a continuación.

## 2. FUNDAMENTACIÓN

Antes que todo, resulta de especial interés aclarar que el desarrollo de esta tesis viene desde una inquietud personal e íntima y guarda directa relación con mi situación actual de vida: el cambio de residencia de Santiago a Iquique al terminar mis estudios de postgrado. Al retornar a mi ciudad de origen comencé a trabajar en un negocio de ventas de artículos de primera necesidad (abarrotes y carnes), allí la propuesta de trabajo fue en la especialidad de “antropología de la empresa”<sup>1</sup> y mi labor consistió en mejorar las ventas a través de cambios en las prácticas socio económicas ejercidas por el personal, ya que el argumento del dueño y administrador del negocio fue: “*tenemos el problema de la baja en las ventas*”. Fue así, que pude detectar bajo la calidad de “trabajadora” una problemática comercial con enfoque cultural en el espacio social de las ventas.

De aquí surge la necesidad en el ejercicio de mi profesión de antropóloga, cómo integrar la gestión cultural en esta experiencia de trabajo siendo un conocimiento nuevo en mi vida al cual yo quería darle un uso práctico que fuera un aporte al entorno donde estoy. Así, esta tesis se justifica en una reflexión de origen práctico y teórico a partir del vínculo existente entre cultura y economía. Por una parte, repensar el concepto de patrimonio cultural el cual se regula en el país por definiciones de normativa internacional (Unesco, 1972, 2003), aunque a nivel nacional se ha tipificado solamente el Patrimonio Cultural Material mediante la Ley de Monumentos Nacionales: “*no hay una referencia particular a lo “inmaterial” como patrimonio.*” (Ministerio de Las Culturas, Las Artes y el Patrimonio, 2019).

En este sentido despertó mi inquietud en saber cuál es el aporte que deja la gestión cultural aplicada a los negocios de giro comercial de primera necesidad. Esto, a propósito del contexto social y económico de crisis social (“Estallido Social”) y sociosanitario (Covid 19) que ha afectado nuestras vidas, alterando la forma de relacionarnos cotidianamente. Y, por otra parte, tener la instancia para reflexionar acerca del valor cultural de las prácticas económicas y su campo de acción en un contexto social de ciudadanía diferenciada

---

<sup>1</sup> Para este estudio el concepto enunciado se aborda desde la Antropología de la Empresa o Antropología de los Negocios, la cual se centra en la cultura organizacional, prácticas o cosmovisión que hay detrás de un proceso productivo. Algunos referentes son: Jordi Roca (2001, 2003), Sergio López (2017), Sergio Morales Inga (2018).

(particularmente la indígena), temas de tensión el año 2019 a propósito de la política pública sobre patrimonio cultural (material e inmaterial).

En este marco observé -por parte de la disciplina de la gestión cultural- que cuando se ha tratado el tema alimenticio (una necesidad básica en el ser humano) se ha vinculado principalmente a estudios de patrimonio agroalimentario dejando fuera las experiencias de saberes, costumbres o prácticas de intercambio comercial los cuales forman parte de la gestión del tema alimentario y al igual que otros bienes culturales se han construido en un tiempo y espacio determinado, y que considerados desde la gestión cultural pueden tener una concreta proyección dentro del patrimonio inmaterial al ser un tipo de manifestación cultural cambiante pero sostenida en el tiempo por un grupo social, es decir, forma parte del género de vida de una unidad territorial específica y particular.

Aun así, los trabajos de gestión cultural en economía se han enfocado principalmente en las artes e industrias creativas dejando la interrogante de cuál es el alcance de esta disciplina en prácticas socioeconómicas que también son parte de la cultura de una sociedad, pero que cubren la gestión de una necesidad de subsistencia biológica y de salud en el ser humano. Esta ha sido una interrogante que me ha hecho cuestionar las diversas directrices que puede tomar la gestión cultural y hasta qué punto ser multidimensional y transdisciplinaria.

De acuerdo con Mary Carmen Santos (2015), en la búsqueda de los alcances de la gestión cultural en el comercio tradicional desde una perspectiva patrimonial señala: *“la gestión cultural como una disciplina en proceso de desarrollo requiere documentar sus experiencias para generar conocimiento.”* (p. 07). De este modo la gestión cultural puede llevarse a cabo bajo un criterio de reflexión constante para actualizar su ejercicio, sobre todo, considerando su profesionalización en referentes o constructos teóricos occidentales para ser aplicados en un territorio local americano (Rojas, 2015). En este aspecto resultan relevantes los planteamientos de Claudio Di Girólamo (2013) y Gabriel Matthey (2011), para precisar que la gestión cultural es un espacio de desarrollo humano mucho más amplio que la sola dimensión artística, siendo la actividad económica una expresión cultural junto a la noción de patrimonio. Este último, entendido como un componente cultural flexible, que favorece el desarrollo de la memoria histórica e identidad colectiva que presenta el comercio tradicional.

Otro motivo por destacar es la relevancia del trabajo de campo para aportar a la integración de la antropología a la gestión cultural en el comercio tradicional de productos alimenticios de primera necesidad mediante el método que caracteriza esta profesión: la etnografía. Gracias a ella, he corroborado que la problemática planteada es posible conocerla y profundizarla en la medida que el profesional se interioriza de manera práctica en su contexto de estudio, una sociedad de la cual también forma parte.

Es así, considerando la importancia que toma la economía en la gestión cultural, que este estudio es un esfuerzo por contribuir a la amplitud, transversalidad y versatilidad de la gestión cultural en el abordaje de diversas temáticas, en este caso, el comercio tradicional no artesanal.

Principalmente, son estas ideas las que hacen ver a mi juicio la importancia de este estudio.

### **3. ANTECEDENTES**

La relación gestión cultural y economía para este espacio de reflexión, la abordo desde la “gestión cultural pertinente” desarrollada por Gabriel Matthey Correa (2011). Él sostiene que, si bien esta disciplina surge con un enfoque economicista orientada a la administración de empresas, marketing, mercado y artes, incorpora posteriormente una perspectiva antropológica que facilita ampliar el concepto de “cultura”, junto con establecer el término de “campo cultural” como un modelo de análisis, el cual contiene diversos subcampos: entre ellos, el mercado y el patrimonio.

Dado que el estudio se centra en una población con la variable étnica andina, es prudente exponer la gestión del comercio tradicional del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique, acotado a un contexto local definido, que permita una mejor lectura de la relación de conceptos e información que se maneja al respecto. La elaboración de este capítulo fue conforme a la revisión bibliográfica de quince estudios en total, un texto de teoría arqueológica, tres tesis, notas periodísticas, documentos del archivo administrativo del negocio “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.”, documentos facilitados por la Administración del Terminal Agropecuario Iquique S.A., también se agregan relatos de dos entrevistas. Todo ello, con la finalidad de documentar y facilitar la reflexión a la problemática de comercio tradicional y patrimonio.

### 3.1. Comercio tradicional y patrimonio cultural inmaterial en la gestión cultural

Indagar qué estudios hay donde consideren conocimientos y espacios culturales como patrimonio inmaterial, sin quedar limitado a tradiciones o ritos asociado a lo sagrado, a la dimensión de las artes, artesanías o industrias creativas, sino también considerar saberes y usos sociales igualmente relevantes por quienes lo viven en este caso, siendo la cultura del intercambio comercial una necesidad primaria -para cubrir la alimentación-, que pasa a adquirir valor en sí mismo por un tema de subsistencia. El arqueólogo Ángel Cabeza (s/f) sostiene que: *“En muchos casos se ha privilegiado el patrimonio vinculado a la élite, a lo masculino y a lo monumental más que a lo doméstico y humilde, concediendo más atención a lo escrito que a lo oral, y dando una mayor atención a lo ceremonial y lo sagrado más que a lo cotidiano o lo profano.”* (p. 3).

En el campo de la gestión cultural y patrimonio aplicado al comercio, es posible encontrar algunas referencias. Un trabajo de graduación realizado por Mary Carmen Santos (2015) en el Magíster de Gestión Cultural de la Universidad de Chile, trata el tema de patrimonio cultural y comercio a partir de un estudio cualitativo-cuantitativo en la artesanía textil de una organización de Doñihue. Propone un trabajo multidisciplinario, incluyendo la participación de diversos actores sociales e institucionales para la gestión comercial de productos con innovación y servicios culturales, de tal modo que faciliten la generación de capacidades en los artesanos, fortaleciendo el desarrollo social y económico local de la totalidad de la comunidad.

Un segundo estudio, realizado por Isabel Geisse (2018) para graduarse en el mismo magíster, busca conocer el pensamiento socio económico en el trabajo de artesanos de la zona central, abordando la problemática del comercio desde el género de vida de los artesanos y su relación con el trabajo. Sostiene que frente a la existencia de diversas economías según cada sociedad, la formalización en el comercio artesanal es una decisión sociocultural, ya que los alcances jurídicos y tributarios forman parte de un trabajo distribuido entre una variedad de artesanos, clientes y mercados para un modelo económico específico de compra que, desde la visión de mundo de Economía de Libre Mercado, el artesano realiza su oficio dentro de una actividad económica categorizada como *microempresa*, la cual no siempre es compatible con la noción de comerciante que reconocen los artesanos, no sólo desde una

perspectiva comercial sino también social, cultural y patrimonial, en tanto se trate de prácticas ancestrales o actuales.

Lo común de ambos trabajos es plantear el problema de la comercialización, sobre todo, en las ventas y formalización del oficio como actividad económica en la artesanía local y de qué modo es posible aportar con una solución concreta y práctica a partir de recursos culturales propios: el conocimiento empírico y transgeneracional como patrimonio inmaterial desde la técnica y, a la vez, patrimonio material por el objeto tangible creado. Así, en una misma práctica cultural se integran ambos tipos de patrimonio, en un comercio que requiere ser diferenciado y tratado tanto de forma individual como colectiva. En su tesis, Isabel Geisse (2018) citando a un artesano expresa: *“meter en el mismo saco los impuestos del retail con los impuestos de la artesanía... creo que eso ha hecho que muchos artesanos desistan de seguir en este rubro”* (p. 68).

Por otra parte, cabe destacar en la línea de las artes un estudio realizado por María Esperanza Rock (2008), el cual busca demostrar que el patrimonio industrial de Lota es patrimonio inmaterial. Para ello, se respalda en la definición de la Unesco (2003) al igual que Mary Carmen Santos (2015) e Isabel Geisse (2018), desarrollando la clasificación del patrimonio inmaterial reconocido por la Unesco (2003), posicionando el trabajo minero dentro de las técnicas artesanales tradicionales, a través de las siguientes prácticas, saberes y objetos creados: la indumentaria típica del minero, la labor del *chinchorrero* y la creación de artesanías. Ella sostiene que existe una diversidad de oficios y técnicas mineras relacionadas a la extracción, sin embargo, carecen de valor patrimonial respecto a la definición de la Unesco (2003), debido al cambio en el proceso productivo de fuerza humana a una tecnología sin predominancia de labor manual. En el ámbito de los usos sociales, los vincula principalmente a festividades locales, preparación de alimentos y uso comunitario de la cultura material lotina, denominada “pautas de asentamiento” (Rock, 2008). En este estudio destaca la inclusión de la categoría de género dentro del análisis situacional del patrimonio inmaterial lotino y, al igual que los estudios anteriores, circunscribe el uso social, conocimiento y técnica a la producción manual de un objeto específico según la Unesco (2003).

Hasta aquí, los trabajos expuestos sobre patrimonio han versado principalmente en correlato a la definición que entrega la Unesco, para normativas que regulan el patrimonio

cultural material e inmaterial de los países adscritos a ella. Un elemento común en los estudios descritos es la relevancia que toma el trabajo como género de vida, construyendo una identidad cultural asociada a un territorio específico. Otro elemento común es visibilizar problemáticas económicas de subsistencia local y cómo el patrimonio cultural puede ser una herramienta de apoyo en familias dedicadas a oficios tradicionales. En cuanto a los estudios de comercio y patrimonio (Geisse, 2018; Santos 2015), en ambos casos se observa, en términos generales, que la problemática de las ventas es común al comerciante de *microempresa*, tanto de artesanía como de productos alimenticios (abarrotes), situación del caso de este estudio.

No obstante, la diferencia reside en que la artesanía por su técnica y creación manual está reconocida de forma explícita como patrimonio inmaterial de una comunidad (Unesco, 2003), mientras que el comercio tradicional de productos alimenticios, al ser de manufactura industrial, no presentan el mismo reconocimiento, aun cuando signifique un uso social de prácticas basadas en conocimientos empíricos transmitidos generacionalmente, generando un espacio cultural de intercambio a partir de una determinada identidad. A su vez, se evidencia un criterio de inclusión/exclusión desde los propios comerciantes, al hacer una diferencia entre el artesano y el que no lo es, en relación con el marco regulatorio tributario. Ahora bien, desde un punto de vista del Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio en Chile, el patrimonio cultural se trabaja en seis dimensiones:

### **Áreas de Trabajo Patrimonio Cultural**

Patrimonio Arqueológico y Etnográfico
Patrimonio Construido y Escultórico
Patrimonio de las Artes Visuales
Ciencias de la Conservación
Documentación Visual e Imagenología
Patrimonio y Territorio

Fuente: Servicio Nacional de Patrimonio Cultural / Centro Nacional de Conservación y Restauración. Consultado el 21 de Julio del 2021.

En esta clasificación, lo más cercano al patrimonio inmaterial está en el área de Patrimonio Arqueológico y Etnográfico, destinando entre sus estudios problemáticas de casos sobre los derechos humanos en el país, aportando de este modo a la construcción de la memoria histórica de la ciudadanía (SNPC, s/f). En esta línea se observa que los estudios de patrimonio tienen un marcado contenido político, de reivindicación de derechos sociales, culturales y económicos.

En búsqueda de otras definiciones, en cuanto a lo que se entiende por patrimonio cultural inmaterial, hay un estudio realizado por la antropóloga Paulina Faba en el Occidente de México (2004), que al igual que los estudios de patrimonio y comercio mencionados anteriormente, sostiene que el patrimonio inmaterial no puede aislarse del patrimonio material. Sin embargo, ella propone realizar una revisión al concepto de patrimonio definido por la Unesco, ya que no siempre se ajusta a los hallazgos observados por el investigador/a y la visión de las comunidades en estudio, para lo cual se requiere un trabajo multidisciplinario que permita dar cuenta de la diversidad de significados que puede tener una misma manifestación cultural. A través de la analogía etnográfica; es decir, analizar la cultura material arqueológica de una comunidad, junto a las prácticas sociales y culturales actuales, permite replantear el concepto y metodología de los estudios en patrimonio para mejorar las acciones de conservación y difusión de éste.

Continuando con la experiencia latinoamericana (la más cercana a nuestro contexto de estudio), está la visión del Gobierno del Estado de Jalisco (México), donde ha identificado en sus recursos culturales el patrimonio cultural intangible o inmaterial de la siguiente manera: “*Saberes, tradiciones y creencias; Celebraciones y Conocimientos y; Lugares simbólicos.*” (López, 2018). En lo que respecta a los *lugares simbólicos*, se reconocen los mercados y ferias como patrimonio inmaterial en el sentido de ser espacios donde se generan prácticas sociales y culturales que son únicas. Para nuestro contexto de estudio, esta definición se aplicaría de acuerdo con la descripción facilitada por Francisca Palma en su estudio del seminario de Periodismo de la Universidad de Chile (2013). Ella, desde una perspectiva de crónica periodística, identifica el Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique dentro del espacio del uso social llamado “Iquique cotidiano” (p. 59). Esta denominación es complementaria a la identificación de “Barrio Comercial” realizada por el

Gobierno de Chile el año 2019 al sector donde se emplaza este centro comercial. Reconoce en el entorno urbano mencionado un paisaje cultural que puede revitalizar el aspecto arquitectónico, con la finalidad de mejorar la gestión comercial desde una perspectiva patrimonial. Un ejemplo reciente es la iniciativa del “Museo de Cielo Abierto” de Iquique, implementada en la Calle Hernán Fuenzalida con Avenida Progreso, sector donde se halla “El Agro”: *“La misión de los muralistas hoy en día es desarrollar pinturas con patrimonio, con corazón e identidad local y darle vida a los espacios y lugares”* (Ives Meneses, Radio Paulina, 2021). Una vez más, se evidencia que el comercio y el patrimonio se desarrollan principalmente a través de bienes tangibles, los cuales se entienden transformables en el tiempo sin pretender una visión fosilizada de la cultura, dado que sus creadores son seres dinámicos y cambiantes en pensamiento y acciones.

De este modo, lo expuesto en este apartado se puede resumir en tres conceptos: comercio, patrimonio y etnografía. Si bien este estudio va enfatizado hacia el patrimonio inmaterial, es importante señalar que ha quedado demostrado que el patrimonio material va unido al patrimonio inmaterial y, por lo tanto, requieren ser tratados de forma multidisciplinaria, siendo la gestión cultural un campo de acción transversal a las diferentes ciencias que intervienen en esta problemática. También ha quedado de manifiesto la necesidad de revisar y replantear la definición de patrimonio, acorde a las vivencias locales de cada territorio, junto a las nuevas experiencias y conocimientos adquiridos en la materia.

Aun así, en cuanto al vínculo entre patrimonio inmaterial y comercio, se observa que se ha privilegiado estudios sobre el concepto de oficio de artesanía tradicional reconocida por la Unesco, omitiendo oficios que también pueden ser patrimoniales, dado el vínculo entre los antecedentes históricos y arqueológicos relacionados a su práctica en el presente. O, aun cuando sus técnicas o tecnología asociadas no sean ancestrales o de creación manual en cuanto producto obtenido, sí contienen la creación y reproducción de un conjunto de técnicas en gestión, basadas en conocimientos que vienen de la experiencia llevada a cabo en un espacio social, culturalmente construido para una actividad cotidiana hallada dentro del *campo cultural* con una cosmovisión definida e identidad reconocida por la comunidad. Así se posicionan las prácticas económicas en un lugar simbólico, como lo es el oficio del comercio tradicional de bienes alimenticios artesanales y manufacturados industrialmente.

### **3.2. Aporte arqueológico, histórico y etnográfico al análisis del intercambio comercial en el Norte de Chile**

El comercio tradicional, a través de la cultura material arqueológica, presenta como práctica económica algunos precedentes acerca del intercambio comercial relacionado con la distribución y acceso de los recursos alimenticios, dieta, salud y enfermedad en un contexto inicialmente de trashumancia y, posteriormente, de movimientos migratorios estacionales y redes de conectividad caravanera (Lynch, 1975; Rivera, 1990, Núñez y Briones, 2017). Estos análisis arqueológicos facilitan la identificación de las características económicas y sociales que definen a los diversos grupos culturales que componían la población andina del Norte de Chile, en diferentes espacios de tiempo y nichos ecológicos, según los estudios realizados por investigadores de esta disciplina (Núñez, 1974; Núñez y Briones, 2017 y Rivera, 1990, 2002 En Lucero, 2004).

Los arqueólogos Colin Refrew y Paul Bhan (2007) abordan el intercambio desde un punto de vista sociológico y comercial. El primero centra la atención en los comportamientos observables en los asentamientos humanos arqueológicos, dando más importancia a la relación social y las interacciones o contactos sociales que generan flujo de información, comunicación de ideas, creación de vínculos parentales o de afinidad, así como, también, acceso a cosmovisiones diferentes u otros tipos de intercambios: *“Uno de los aspectos que presenta mayor continuidad hasta el presente son los mitos andinos, aspecto que puede proporcionar interesante información acerca de las bases ideológicas de la sociedad andina”* (Rivera, 1990, p.568).

En cuanto al intercambio comercial, Colin Refrew y Paul Bahn (2007) abordan cuestiones relativas a la producción y distribución de los bienes de cambio en una economía no monetaria. Ellos consideran para estos estudios que los bienes de intercambio pueden ser materiales o inmateriales y utilizan la tipología de reciprocidad, redistribución e intercambio de mercado -propuesta del antropólogo Karl Polanyi-, para el análisis de intercambio comercial en los hallazgos arqueológicos. Para el norte de Chile, específicamente en el valle de Tarapacá, se puede citar como ejemplo, el estudio realizado por Lautaro Núñez y Luis Briones (2017) sobre la interacción y circulación de bienes: *“Se*

*sugiere que este espacio se había constituido en un punto de encuentro caravanero interétnico, orientado a prácticas de intercambio y preparación de caravanas.” (p. 140).*

Un estudio del arqueólogo Mario Rivera (2002 En Lucero, 2004) reconoce una serie de fases del desarrollo cultural del “Área Centro Sur Andina”, relacionada a las prácticas económicas de las poblaciones prehistóricas e históricas de la región. Primeramente, identifica un periodo denominado “Transición II”, asociado a la aparición de la agricultura, metalurgia y cerámica, en coexistencia con la tradición marítima (actividad mucho más antigua que las mencionadas). En este periodo surgen las sociedades estratificadas donde el poder se concentra en un grupo de élite, el cual tiene a cargo el intercambio, la reciprocidad y complementariedad económica con otros nichos ecológicos. A continuación, en el periodo “Intermedio” (500 a.C. y 1.350 d.C.), se desarrollan conexiones de intercambio comercial con grupos del desierto y culturas altiplánicas, interpretado como la unión de culturas e ideologías internas y externas en un proceso de relaciones e interacciones a nivel regional andino. Posteriormente está la influencia del inkano, que conlleva el intercambio de bienes materiales y flujo de información que se ve reflejado en el desarrollo de sistemas agrícolas, transporte, militar e ideológico. Esta conjunción de relaciones sociales se ve interrumpida por la llegada del español y la instauración del coloniaje.

De acuerdo con un estudio de documentos realizado por Sergio Villalobos (1979), se desprende que este nuevo género de vida cambia la relación con la naturaleza, el concepto de trabajo andino y comercio local. Si bien su perspectiva de análisis se caracteriza por ser historiográfica y poseer juicios de valor sensibles a la población indígena del país, respecto a la construcción de la identidad étnica de esta ciudadanía diferenciada (particularmente la mapuche), su narrativa descriptiva permite realizar una segunda lectura a los datos aportados y reinterpretar desde un campo etnohistórico las prácticas económicas de la región que visibiliza en sus descripciones y análisis.

En correlato al planteamiento de los arqueólogos Colin Refrew y Paul Bhan (2007), es el que propone Pedro Huerta (2016) para las prácticas económicas de las sociedades en la actualidad y, más específico aún, utilizar este tipo de análisis para el caso de América Latina, bajo la denominación de “otra economía”, aludiendo a la economía social y solidaria que propone José Luís Coraggio (2014), o la economía popular y solidaria que expone Víctor Jácome (2020).

Como se puede apreciar, es posible realizar un mismo tipo de análisis de las prácticas económicas a diferentes espacios temporales de una misma sociedad, aportando datos complementarios entre sí, de tal modo que permiten profundizar en el conocimiento del objeto de estudio. En este caso, se observa que los actuales trabajos de artesanías que reconoce la Unesco (2003) como patrimonio inmaterial, es posible hallarlos en periodos tempranos de la historia arqueológica de las poblaciones nortinas del país. En cuanto a las prácticas económicas de la circulación de bienes de consumo, se reconoce en el intercambio comercial su vinculación con la nutrición y alimentación, además de la conectividad vial y transporte para la distribución de los bienes de cambio, en una economía no monetaria que se relaciona con la naturaleza como medio de subsistencia y no bajo un modelo económico basado en la escasez. Este pensamiento económico coincidente con el propuesto por Karl Polanyi (Huerta, 2016) invita a visibilizar la gestión del comercio tradicional del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique como una experiencia económica de un posible valor arqueológico e histórico, además del valor social y cultural que puede expresar en el presente, a través de las prácticas, saberes y conocimientos de los comerciantes acerca de este tipo de mercado local:

Miles de personas nos visitan a diario y lo hacen por la atención personalizada que ofrecen nuestros locatarios, que a su vez son propietarios de sus productos, motivo por el cual nos prefieren dueñas de casa, pequeños comerciantes, restaurantes y hoteles de la ciudad.” (Gerente General del Terminal Agropecuario Iquique, S.A., En “La Estrella de Iquique”, 2019).

De los antecedentes expuestos, en el marco del patrimonio cultural identifiqué una probable referencia de data arqueológica y etnohistórica de la gestión del comercio tradicional, la cual se caracteriza por ser multiétnica, de movilidad geográfica y migratoria constante, con una distribución de recursos según el nicho ecológico de la población en contacto o interacción socio económica. Esta caracterización, desde un punto de vista de la gestión cultural, pone en tensión las nociones de identidad y territorio, conceptos utilizados como argumentos relevantes en temáticas patrimoniales. Claudio Celis Bueno (2017) propone el concepto de “desterritorialización cultural” (p.11), como una herramienta de

análisis que destaca la resistencia a la homogenización de la identidad local, visibilizando las micro diferencias culturales y diversidad de micro identidades, reconociendo desigualdades y, a partir de ahí, generar una búsqueda de integración que él observa como la articulación de un doble movimiento: desterritorialización y reterritorialización. Con este planteamiento surge la reflexión acerca de la definición de patrimonio, la necesidad de ajustarlo y contextualizar el concepto como lo recomienda la antropóloga Paulina Faba (2004), de acuerdo con la multiplicidad de significados visibilizados mediante la etnografía en este caso, la gestión del comercio tradicional del Terminal Agropecuario como patrimonio cultural inmaterial particularmente, como patrimonio etnográfico.

### **3.3. Identidad y territorio en la ciudad de Iquique**

La definición de unidad territorial permite observar el espacio como una realidad multidimensional, una construcción social la cual se delimita por aspectos administrativos, socioculturales y geográficos<sup>2</sup>. Desde la gestión cultural, la unidad territorial es un concepto amplio que se puede aplicar tanto al espacio físico de una ciudad como el espacio simbólico de una organización comunitaria (Matthey, 2009). Es en este sentido (asumir el espacio como una dimensión física y simbólica) como se define para este estudio el concepto de unidad territorial.

En temáticas patrimoniales, definir el territorio de una comunidad es asociarla al concepto de identidad o referirse a la memoria histórica de la misma. Para el antropólogo Héctor González (1997), la construcción de identidad cultural de la Región de Tarapacá se reflexiona desde un enfoque histórico de largo plazo (construcción de Estado - nación). Él sostiene la falta de visibilización de la pertenencia a otra nacionalidad (peruana) en el extremo norte del país, anterior al periodo de ocupación y anexión como territorio chileno producto de la guerra del pacífico. En este contexto de análisis, Héctor González expone las

---

<sup>2</sup> La institución Fundación para la Superación de la Pobreza ocupa este enfoque en sus experiencias de trabajo. Para más información se puede revisar el texto: Programa Servicio País. Sentido, experiencia y acción (2004).

siguientes identidades culturales: *identidades tradicionales, identidades emergentes e identidades perdidas*.

### Caracterización de identidades culturales de la Región de Tarapacá

IDENTIDAD CULTURAL		
N°	TIPO	ESPECIFICIDAD
01	Tradicional	Identidad Cultural: nacional, indígena, pampina, de barrios, de religiosidad popular, de género (femenino), urbana.
02	Emergente	Identidad Cultural: marginalidad, indígenas en la ciudad, minería del cobre, el surf.
03	Perdida	Identidad Cultural: descendientes de negros esclavos, colonia china, pampino, pescadores artesanales, aymaras (en transformación).

Fuente: Héctor González, 1997. Elaboración propia.

Esta tipología de identidades corresponde territorialmente al concepto de “macrozonas”, haciendo referencia al proceso de posicionamiento histórico del territorio, de acuerdo con el análisis desde la gestión cultural que plantea Gabriel Matthey (2009). En este caso, se relaciona con la Guerra del Pacífico y el trabajo en las salitreras. El año 1855 Iquique fue declarado Puerto Mayor y ciudad el año 1866 (Palma, 2013). El año 1879 la actual Región de Tarapacá fue anexada al territorio nacional (González, Gündermann, Hidalgo, 2014; Guerrero, 2007).

En un análisis sociohistórico de la configuración de Iquique como ciudad, el sociólogo Bernardo Guerrero (2007) identifica cuatro hitos biográficos: industria salitrera (periodo 1830-1930), puerto post salitrero (1930-1960), zona franca (1960-1980) y nuevo ciclo minero (desde 1980 al presente). De todas estas prácticas económicas destaca la industria salitrera y la creación de zona franca. Desde el punto de vista de la construcción social del espacio, el autor plantea como hipótesis la existencia de una revolución urbana ya que se intenta borrar todo vestigio que forma parte de la historia de la ciudad vinculada a la territorialidad y nacionalidad anterior a la anexión de la zona norte al país, para construir un nuevo concepto de la ciudad basado en el turismo. En este sentido, sostiene que hay una pérdida de los espacios públicos, además de una desigualdad, fragmentación social y carencia

de un proyecto de ciudad. No obstante, señala que la creación del espacio público del llamado “Parque Temático Cavancha” es un lugar de sociabilidad popular.

Retomando el análisis de la gestión cultural, en cuanto a la relación ser humano - naturaleza, las prácticas económicas de la ciudad de Iquique se sitúan territorialmente en la denominada “región cultural” Norte Grande (Matthey, 2009). En este marco se plantea el doble movimiento de desterritorialización y re-territorialización de micro identidades que sostiene Claudio Celis Bueno (2017) debido a cambios en el comercio local puntualmente, en las prácticas económicas a través del trabajo, como, por ejemplo: el cambio de pescadores artesanales a tripulantes de la industria pesquera: *“Hoy lo más distinto de antes es que hay más modernidad para la labor pesquera. Tenemos casi los mismos cargos y los mismos problemas, pero ahora que hay cosas para la pesca, ya no quedan peces”-*, reflexiona *Pepino.*” (Palma, 2013, p.58). Desde un análisis conceptual de Polanyi (En Huerta 2016), se observa que la tecnología contrapone la subsistencia con el proceso de localización y disposición de los recursos naturales de la ciudad de Iquique.

Otro ejemplo de cambio en el proceso de la relación ser humano-naturaleza es el comercio tradicional y su incorporación al mercado industrializado de la Zofri en el cual se puede observar transformaciones en las actividades sociales y sociabilidad que configuraban la identidad colectiva de la ciudad:

Pero Eduardo Rivera no sólo rememora la anécdota de su primera compra: “antes de la Zofri había más deporte, vecindad, unión de barrio”. Con la excepcionalidad tributaria no sólo llegaron nuevos productos, sino que también vino el “exitismo, llegó más gente de afuera, individualismo y egoísmo. La gente empezó a encerrarse en sus casas”. Lo anterior contrasta con una de las características más relevantes de los viejos barrios de Iquique: la confianza entre vecinos, que dejaban puertas y ventanas abiertas, compartiendo así su intimidad, forjando una identidad comunitaria. (Palma, 2013, p.87)

El sociólogo Sergio González Miranda (1992) problematiza sobre la industrialización de Zofri y el cambio de ser fiscal a privado (de Zofri a Zofri S.A.). Da cuenta de los diferentes tipos de empresas, tipos de empleos, tipos de usuarios tomando en cuenta la procedencia e inversión estatal. El autor sostiene que para Zofri es más importante el comercio y área de servicio que el desarrollo industrial y que requiere cambios en los medios de comunicación con la participación de otros agentes como universidades, centros científicos-tecnológicos, autoridades del gobierno regional y local.

También, se agrega un cambio en lo que actualmente se denomina participación cultural, la cual se centra, por ejemplo, en la necesidad de tener televisión por cable, acceder a registros audiovisuales, entre otras prácticas (González, 1997).

En síntesis, este es el contexto social y cultural donde se emplaza el Terminal Agropecuario. Con relación a datos políticos - administrativos la ciudad de Iquique es una comuna perteneciente a la Provincia de Iquique, Región de Tarapacá. Tiene una superficie de 42.225,8 km cuadrados y colinda hacia el norte con la Región de Arica-Parinacota, hacia el sur con la Región de Antofagasta, hacia el este con Bolivia y el oeste con el Océano Pacífico<sup>3</sup>.

En términos de nicho ecológico, Iquique se ubica en la zona de la costa y se caracteriza por un clima desértico costero, de escasas precipitaciones y neblinas conocidas como *camanchacas*. La ciudad es la capital de la Región de Tarapacá, la cual cuenta con siete comunas distribuidas entre dos provincias. A continuación, se muestra un cuadro resumen con la organización política-administrativa de la Región.

---

<sup>3</sup> Ver mapa, Anexo 01, p. 99.

## División Política Administrativa

I Región de Tarapacá	
Provincia	Comunas
Iquique	Iquique
	Alto Hospicio
Del Tamarugal	Pozo Almonte
	Camiña
	Colchane
	Huara
	Pica

Fuente: <http://www.subdere.gov.cl/> (2008). Elaboración propia. -

Desde un análisis de la gestión cultural, un estudio realizado por Gabriel Matthey (2009) plantea la diversidad territorial del país -donde la Región de Tarapacá no está exenta- en tres niveles de composición poblacional: “pueblo etnochileno”, que representa la diversidad cultural según etnias; por “macrozonas”, que representa el proceso de posicionamiento histórico del territorio; y, por “regiones culturales”, representativas de la diversidad cultural según diversidad geográfica. En esta comprensión del campo cultural del territorio, la Región de Tarapacá en términos del pueblo etnochileno identifica a los aymaras; por macrozona, reconoce una cultura criolla-mestiza con rasgos aymaras y quechuas, debido a la incorporación de esta parte del territorio posterior a la Guerra del Pacífico. Por regiones culturales Tarapacá forma parte del Norte Grande del país, caracterizado por el desierto, la pampa, la cordillera, el altiplano y la costa, en conexión con el Océano Pacífico.

Según el Censo del año 2017, la Región de Tarapacá contaba con 330.558 en su población total: 167.793 hombres y 162.795 mujeres. En lo que se refiere a la ciudad de Iquique, tenía una población total de 191.468, entre 94.897 hombres y 96.571 mujeres. En

cuanto a la procedencia, la población regional se compone por origen local (urbana y rural), más migrantes latinoamericanos. En el caso de la población originaria de la región, la diversidad étnica es por sentido de pertenencia hacia los pueblos indígenas (principalmente aymara y quechua) y comunidades descendientes de migrantes extranjeros, reconocidas localmente como *colonias de Iquique*. Por un estudio realizado por el antropólogo Héctor González (1997), acerca del concepto de identidad cultural, reconoce en la Región de Tarapacá la identidad indígena, pampina, salitrera, de barrio y de religiosidad popular.

A esta información cabe agregar, por experiencia de vida personal vinculada a la observación directa en poblados andinos, que la identidad local en los pueblos originarios de la región es por lugar de origen o ascendencia; es decir, destacan la comunidad andina según vínculo donde nacieron, se criaron o asciende un familiar. A nivel nacional la auto-identificación a un pueblo indígena presenta un incremento desde el año 2002 al 2017, según referencia censal.

**Población autoidentificada a un pueblo indígena a nivel nacional según Censos.**

Año	1992	2002	2012	2017
Porcentaje	10,33%	4,58%	11,11%	12,8%

Fuente: Instituto de Investigación en Ciencias Sociales UDP (2018).

La composición de la población a nivel regional presenta un incremento según área, género, edad. En lo que respecta al sentido de pertenencia, el auto-reconocimiento es mayor en los pueblos originarios con relación a la población migrante extranjera.

**Datos sociodemográficos Región de Tarapacá, Censo 2002 y 2017.**

POBLACIÓN		CENSO	CENSO
		2002	2017
Área	Urbana	226.462	310.065
	Rural	12.488	20.493
Género	Masculino	123.072	167.793
	Femenino	115.878	162.765
Rango Etáreo	Menos de 18 años	77.644	91.944
	entre 19 y 64 años	147.647	213.643
	65 años y más	13.659	24.971
Sentido de pertenencia	Pueblos originarios	-----	24,9 %
	Migrante extranjero	-----	13,7 %
POBLACIÓN TOTAL		238.950	330.558

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile / BCN (s/f). Elaboración propia

De acuerdo con el dato sociodemográfico la población se concentra en la urbe (con relación al área rural la diferencia es significativa) y se caracteriza por estar en edad productiva.

Por observaciones etnográficas, pude constatar que parte de la población de la ciudad fluye entre el área rural y urbana de la Provincia del Tamarugal y la Provincia de Iquique, respectivamente. Se caracteriza por su multiculturalidad local y extranjera. La multiculturalidad forma parte de la identidad de la ciudad de Iquique, ya que en su configuración étnica se reconocen históricamente las comunidades de chinos, españoles, italianos, croatas, bolivianos y peruanos. Actualmente, estos grupos culturales son organizaciones sociales locales conocidas popularmente como *Las Colonias de Iquique* y

cada año participan en actividades culturales en lugares típicos de la ciudad, como “La Plaza Prat” y “El Teatro Municipal”. Peruanos y bolivianos se exceptúan de la nominación “Colonias de Iquique” aunque sí participan de las actividades culturales organizadas por la “Feria de las Colonias Residentes” (CNCA, 2012).

Esta configuración multicultural es producto de procesos históricos que son hitos en la biografía de la construcción del espacio andino del norte del país. Existen cambios sociales de marcada desigualdad en las relaciones de clase y etnia (el impacto radical del coloniaje español), cambios económicos del país (por ejemplo, la producción del guano en la costa y la producción del salitre en la pampa) y cambios políticos asociados a guerras (como la Guerra del Pacífico), la cual generó nuevos límites territoriales y, con ello, la coexistencia de grupos culturales identificados de forma homogénea como “chilenos”. Posteriormente, en una historia más reciente, debido a una búsqueda de cambio económico en el extremo norte del país, está la iniciación de actividades económicas de la Zona Franca Iquique, Zofri, que facilitó la integración de nuevas etnias como musulmanes e hindúes.

Actualmente se han venido sumando migrantes colombianos, ecuatorianos y venezolanos, entre otros. Un referente lo entrega el Departamento de Extranjería, a través de las visas tramitadas en la Región entre los años 2000 al 2021, las cuales registran 130,165 visas equivalente al 5% del porcentaje total del país. En este registro se puede apreciar la continuidad de la llegada de aquellos migrantes extranjeros, que han estado presente en la historia sociodemográfica regional marcando mayor presencia personas de nacionalidad peruana y de menor presencia la italiana. Llamó mi atención la baja presencia de nacionalidad boliviana registrada, ya que por observación directa su presencia es mucho más notoria, sobre todo, en el trabajo informal dependiente o por cuenta propia. En el entorno del Terminal Agropecuario es recurrente encontrar mujeres vendiendo de forma ambulante sopaipillas, empanadas fritas, salteñas, te, sándwich y otros bebestibles como chicha morada, leche con quinoa, etc. Al interior del centro comercial es característico ser atendido por mujeres o varones de nacionalidad boliviana. Con esta observación es posible afirmar que la diferencia del registro del ingreso de personas bolivianas en la ciudad se deba a la situación de ingreso (formal o informal). A continuación, expongo de forma resumida el ingreso de extranjeros a la ciudad:

### Ingreso documentado de migrantes

Visas tramitadas			
N°	País	Cantidad	Porcentaje
01	Argentina	103,366	4%
02	Brasil	34,442	1%
03	Bolivia	277,869	11%
04	Colombia	335,766	13%
05	China	34,330	1%
06	Cuba	20,203	1%
07	Ecuador	85,767	3%
08	Estados Unidos	44,482	2%
09	España	34,306	1%
10	Francia	11,830	0%
11	Haití	289,256	11%
12	Italia	7,800	0%
13	México	15,040	1%
14	Paraguay	15,501	1%
15	Perú	668,557	25%
16	Uruguay	15,049	1%
17	Venezuela	521,966	20%
18	Otros países	112,892	4%
N°	Total	2.628,422	100%

Fuente: Departamento de Extranjería y Migración (2021). Elaboración propia.

Para el caso de este estudio, donde el objeto empírico son los comerciantes y accionistas del Terminal Agropecuario los cuales tienen su sentido de pertenencia andino definido según nicho ecológico de la región (quebrada, pampa o altiplano), o lugar de

procedencia en caso de los migrantes extranjeros andinos (peruanos y bolivianos). De acuerdo con las estadísticas migratorias presentadas, observo que el potencial público y trabajadores de este comercio consta de una amplia diversidad étnica y cultural. En esta composición sociodemográfica se construye la gestión en comercio tradicional del Terminal Agropecuario, que procede de una tecnología andina cuyas técnicas de trabajo se basan en labores hechas por las manos, en cuanto a la venta de producción agrícola: *“casi todos los primeros comuneros que conformaron la agrupación, ahora empresa, fue gente del interior y de las quebradas de los diferentes pueblos de la región.”* (Vicepresidente del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, año 2019). En este sentido el trabajo con identidad colectiva andina se distribuye según la geografía transversal de la Provincia de la Región de Tarapacá<sup>4</sup>.

#### **3.4. Terminal Agropecuario Iquique S.A. (TAISA): mercado y tipo de mercado**

El contexto de estudio escogido corresponde al espacio de intercambio comercial: “Terminal Agropecuario Iquique Sociedad Anónima” (TAISA), llamado popularmente “El Agro”, el cual es reconocido por el público y comerciantes como un *centro comercial*<sup>5</sup>: *“Para nosotros es muy potente que las comunidades de todas las quebradas y los pueblos del interior, tengan la posibilidad y el acceso de vender sus productos de primera mano acá en el centro comercial”* (Vicepresidente del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, año 2019).

Este centro comercial tiene su dirección en Av. Progreso 2000 de la ciudad de Iquique y se ubica en un sector residencial y comercial<sup>6</sup>: *“No sé cómo se llama el barrio, la calle de Avenida Progreso apareció cuando construyeron el Terminal. Donde está el Terminal, antes era un lugar agrícola y lo vendieron para hacer los puestos de los comerciantes. Ahora*

---

<sup>4</sup> Ver infograma, Anexo 02, p. 100.

<sup>5</sup> Ver fotografía del centro comercial, Anexo 03, p. 101.

<sup>6</sup> Ver croquis de ubicación espacial, Anexo 04, p. 101.

*están Las Quintas que son los departamentos y antes estaban los palafitos que eran otras casas que ya no están, pero toda esa parte de Iquique es conocida como el Sector del Agro.”* (Comerciante del Terminal Agropecuario. Iquique, octubre del 2020).

De acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) el Terminal Agropecuario forma parte de las actividades económicas relevantes del país ya que aporta a la producción de bienes y servicios del sector del comercio mejorando el bienestar de la condición de vida de las personas (Aspillaga, 2014). Para Mary Carmen Santos (2015) este sería el contexto social y económico local de mercado:

La definición tradicional de mercado se precisa como el lugar donde se ofrece y vende el producto o se presta un servicio; es un espacio, por lo tanto, donde hay necesidades susceptibles de ser satisfechas, respondiendo a “la demanda”. De esta manera, los productos y servicios dispuestos en este mercado para su transacción constituyen “la oferta.” (p. 57)

Patricia Palma Arriagada (2013) describe particularmente sobre el Terminal Agropecuario<sup>7</sup>:

Pero siempre se puede encontrar algo, de eso no cabe duda. El Terminal Agropecuario ya está totalmente con vida a eso de las once de la mañana, y con justa razón. Ahora, la música sí que suena y en la voz de un vals peruano en el último pasillo, como un indicio de una melancolía identitaria de esta tierra. Ya quedan pocos metros de feria, pero el agro parece inacabado. En las zonas aledañas, cuando ya se ha abandonado el lugar, aún queda el ambiente de feria, continúa y crece el tránsito de personas y de automóviles que de seguro van en busca de algo en un contexto que es sabido como difícil, donde en el día es mejor no ir con joyas o cosas de valor y en las noches, como en otros sectores de Iquique, la pasta base entra en acción. (p. 65)

En este punto el mercado del Terminal Agropecuario como lugar de intercambio comercial se relaciona con hábitos de vulnerabilidad en la seguridad de la integridad física y psicológica del público durante el proceso de venta. Se observa que estos hábitos son rasgos que caracterizan al Terminal Agropecuario y de los cuales según el Anuario 2014 entre sus

---

<sup>7</sup> Ver descripción completa, Anexo 05, p. 102.

inversiones está la implementación de cámaras de vigilancia para el mejoramiento de la seguridad del establecimiento:

La seguridad es uno de nuestros grandes valores, para nosotros es muy importante otorgar a nuestros clientes un centro comercial seguro para comprar con total tranquilidad, por lo que contamos con un completo circuito cerrado de televisión, con más de ciento cincuenta cámaras dispuesta por todo el recinto, y una dotación de cincuenta guardias de seguridad” (Gerente General del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, 2019).

Ahora bien, desde la institución pública (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; Ministerio de Vivienda y Urbanismo y; Sercotec), El Terminal Agropecuario se enmarca en el concepto de “Barrios Comerciales”, definido como una comunidad de pequeños negocios y comercio local: *“Los barrios comerciales son puntos de encuentro y de servicio en nuestras ciudades, son también fuente de trabajo y crecimiento de un sinnúmero de pequeñas empresas.”* (Sercotec, s.f.).

Para el Gobierno de Chile (2017) los barrios comerciales son un sector de la ciudad que tienen una concentración de empresas orientadas al comercio. Estos barrios forman parte de un catastro del Programa Fortalecimiento de Barrios Comerciales y su finalidad es dinamizar los pequeños negocios y el comercio local, mejorar los espacios públicos y el entorno urbano comercial, poner en valor la identidad cultural del barrio, elevar la calidad de vida de quienes viven y trabajan en el barrio, promover la asociatividad para alcanzar un modelo de gestión colaborativo del barrio y fomentar la colaboración y generación de relaciones de confianza público-privada (Gob.cl, 2017). Este Programa viene desde el año 2015 y los Barrios Comerciales reconocidos para el catastro de la ciudad de Iquique son “Paseo Boulevard Baquedano” y Barrio “El Morro” (Schröder, s/f). El Terminal Agropecuario se integró al Programa el año 2019:

El año 2019 postularon a este concurso resultando beneficiados, por lo tanto, este 2020 trabajaremos en distintas acciones para dinamizar estos negocios, poner en valor la identidad cultural de este barrio, promover la asociatividad, fomentar la colaboración público-privada y por ende, elevar la calidad de vida de quienes viven y trabajan en el barrio, especialmente en este momento que

atraviesa el país”, explicó Patricio Burg León, director de Sercotec Tarapacá. (El Longino, Diario Regional, 2020).

Otra mirada institucional para definir al Terminal Agropecuario la entrega el Servicio de Impuestos Internos (SII), al sostener que una Sociedad Anónima es: “una persona jurídica formada por la reunión de un fondo en común suministrado por accionistas responsables sólo por sus respectivos aportes y administrada por un directorio integrado por miembros esencialmente revocables.”

Desde el punto de vista jurídico el Código del Trabajo relaciona el Terminal Agropecuario con el concepto de empresa como: "toda organización de medios personales, materiales e inmateriales, ordenados bajo una dirección, para el logro de fines económicos, sociales, culturales o benéficos, dotada de una individualidad legal determinada" (Yañez, 2010, p.133). La Ley N°18.046 declara: “La sociedad anónima es siempre mercantil, aun cuando se forme para la realización de negocios de carácter civil.” (Art°1, inciso 2°). Para el año comercial 2019 el SII tenía registradas 22.047 empresas en la Región de Tarapacá con 100.512 trabajadores dependientes informados (SII, 2020). En este marco regulatorio el Terminal Agropecuario (T.A.I.S.A) desde una mirada administrativa se reconoce de la siguiente manera:

Es una Sociedad Anónima Cerrada compuesta por ciento diez accionistas para ciento cuarenta y una acciones, su giro es arriendo de bienes inmuebles, establecimiento y publicidad. No es un centro comercial, es esquema del Mall. Lo que pasa es que la gente hace ejercicio del comercio aquí. (Jefa de Operaciones de TAISA, conversación personal, mayo del 2019).

En complemento a esta definición, el administrador de la *Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.* sostuvo: “La cantidad de accionistas no va a variar y sus acciones no se transan, no se negocia en la bolsa de valores.” (Comerciante accionista de TAISA, conversación personal, noviembre del 2019). Para la Ley sobre Sociedades Anónimas la característica de “cerrada” se basa en un criterio de exclusión al sostener que son aquellas sociedades que no califican como abiertas o especiales (Art. 2).

Por su parte, para los comerciantes que dirigen esta organización, “El Agro” es un lugar que congrega a comerciantes con sentido de pertenencia a comunidades andinas de la Provincia del Tamarugal, principalmente. Esta población trabaja para ofrecer sus productos a precios económicos y de un trato de relación comercial cara a cara con el cliente:

Miles de personas nos visitan a diario y lo hacen por la atención personalizada que ofrecen nuestros locatarios, que a su vez son propietarios de sus productos, motivo por el cual nos prefieren dueñas de casa, pequeños comerciantes, restaurantes y hoteles de la ciudad. (Gerente General del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, año 2019).

Observo que, definir en el marco del patrimonio cultural la gestión de comercio tradicional de los negocios que articulan el Terminal Agropecuario, lo es en una multiplicidad de significados de relaciones socioeconómicas según sea la figura que intervenga en este espacio: el público, instituciones gubernamentales o comerciantes y accionistas de esta organización. Desprendo, a modo preliminar que el Terminal Agropecuario está orientado hacia una noción polisémica de gestión y comercio, y es este el contexto socioeconómico en el cual los comerciantes del negocio “Sociedad Comercial Valle Verde Limitada” han desarrollado sus prácticas y saberes.

No obstante, desde una memoria histórica, dentro de los mercados que han marcado hitos en la historia comercial de la ciudad se identifican los relacionados a la pesca, Zofri y agropecuarios. En este último, un precedente es el Mercado Centenario, el cual es inaugurado el año 1932: *“que destaca por el frigorífico de tres cámaras, ubicado en el centro del recinto, destinado a la conservación de pescados, carnes, huevos y verduras, con una capacidad para 7.950 kilos.”* (Raúl Cordero, En Diario La Estrella de Iquique, 05 de noviembre del año 2021). Esta instalación se debe al desarrollo de la industria salitrera y el crecimiento demográfico de Iquique en el siglo XX. La forma de organizar este comercio cambia el año 1984, dejando de ser el llamado “Mercado Municipal” y tomando una nueva personalidad jurídica de carácter privado que mantiene hasta la actualidad: *“creándose una comunidad de locatarios que adquiere los locales; y en 1992 se conforma una comunidad administradora bajo el nombre de “Centro Comercial Mercado Centenario.”* (Raúl Cordero,

En Diario La Estrella de Iquique, 05 de noviembre del año 2021). El Mercado Centenario es considerado como un centro histórico de abastecimiento de alimentos.

En este tipo de mercado el Terminal Agropecuario está junto a la Feria Itinerante y Terminal Agro Sur, todos identificados como centros de comercio tradicional. Cabe destacar, en el caso del Mercado Centenario que su existencia se debe a la iniciativa del alcalde de la época mientras que el Terminal Agropecuario se origina por la gestión de un grupo de comerciantes itinerantes, los cuales compartían una similar procedencia andina (de quebrada, pampa o altiplano) y una misma actividad económica (agropecuaria) lo que configuró una organización en comunidad, pero bajo una figura jurídica de carácter privado:

Estuvimos itinerando por muchos lugares de Iquique, en el mercado municipal, en el hospital chino de Thompson en Séptimo Oriente y luego en Segunda Sur, itineramos por muchos años hasta que en el año 1979 se consiguió conformar la comunidad terminal agropecuario” (socio fundador del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, 2019).

La figura organizacional de *comunidad de comerciantes* compuesta por diferentes migrantes andinos, originarios de diversos nichos ecológicos de la Provincia del Tamarugal marca una diferencia con los otros mercados de la ciudad y específica el rubro comercial en términos del proceso productivo que realizaban para ofrecer sus productos al público:

Para nosotros es muy potente que las comunidades de todas las quebradas y los pueblos del interior, tengan la posibilidad y el acceso de vender sus productos de primera mano acá en el centro comercial (Vicepresidente del Terminal Agropecuario. Iquique, año 2019).

Para ellos así se definiría el territorio y, en este contexto, ellos adaptarían su género de vida, aplicando su cosmovisión al comercio como medio de subsistencia. El desglose político-administrativo (región, provincia y comuna) es una unidad territorial formal: *“Nosotros venimos de la tierra, trabajando en el suelo, de allí venimos, no nos podían cerrar para los feriados que ahora son obligatorios.”* (Comerciante y accionista de TAISA conv.

pers. 2019). Esta manera de trabajar es similar a la realizada en su lugar de origen, donde al producir por cuenta propia ellos deciden qué día trabajar y que día no. Hay una noción de tiempo y espacio que se vincula con el oficio de comerciante, como una labor diaria y permanente como lo hace el agricultor (en las quebradas) o el pastor de camélidos (en altiplano).

Otro hito en la historia de vida del Terminal Agropecuario fue la llegada de los Supermercados en cadena: inicialmente Ekono y Líder posteriormente, Santa Isabel, Unimarc y Jumbo: *“Los supermercados nos querían eliminar, a toda costa nos querían sacar. Venían del supermercado a mirar nuestros locales y los precios, después uno veía que ellos cambiaban sus ofertas y nosotros no podíamos competir con ellos, ellos son grandes, son cadenas, nosotros somos pequeños, cada comerciante trabaja por su negocio y conversábamos qué podíamos hacer, somos pequeños pero agrupados.”* (Vicepresidente del Terminal Agropecuario Iquique, conv. pers., Iquique año 2020). Si bien estos nuevos centros comerciales constituyen una competencia en el mercado de comercio tradicional, desde el punto de vista cultural son muy diferentes, dado el origen e historia que hay detrás del Terminal Agropecuario, lo cual también incide en la fidelidad de su público.

Por relato de socios fundadores del Terminal Agropecuario está primeramente la formación de comunidad y posteriormente la Sociedad Anónima. Esta diferencia en la personalidad jurídica se debe a modificaciones legislativas en el país que requirieron modificar obligatoriamente el aspecto legal de la organización. Este cambio repercutió en la continuidad de ciertas actividades sociales, principalmente la vinculada a la celebración de fiestas navideñas debido a que se eliminó el comité de bienestar social que tenían como comunidad. Actualmente, como sociedad anónima celebran cada año el aniversario conmemorativo por la fecha de fundación del Terminal Agropecuario. También hacen otras actividades culturales relacionadas con el campo de la música como el pasacalle de comparsa de lakitas (música típica andina) al interior del centro comercial para la fecha de aniversario o algún otro evento público que pueden participar las personas asistentes. Estas actividades son canalizadas a través del área de marketing de la Sociedad Anónima Terminal Agropecuario.

<b>Calendario de eventos</b>
Día de la madre
Día del padre
Fiestas patrias
Actividades de aniversario
Navidad
Otras actividades

Fuente: Memoria 2021, TAISA.

El cambio de comunidad a Sociedad Anónima generó transformaciones en dos aspectos: estructura organizacional y el espacio donde desarrollan las prácticas económicas y sociales propias del comercio del Terminal Agropecuario. En la estructura organizacional están los y las accionistas que son principalmente los comerciantes que iniciaron la organización como comunidad, un directorio y una administración compuesta por una variedad de cargos de diversos roles que abarcan campos desde lo legislativo, arquitectónico, informático, seguridad y otros<sup>8</sup>. Al año 2020 el organigrama tiene cambios, se agrega el cargo de Prevención de Riesgos quien evalúa y autoriza a realizar cualquier intervención de habilitación en los locales del establecimiento. La estructura organizacional relacionada a las acciones la componen un total de ciento nueve accionistas entre personas distribuidas entre treinta y nueve hombres, cuarenta y ocho mujeres y veintidós entre sociedades y sucesiones. La sociedad anónima cuenta con un total de ciento cuarenta y un acciones para ciento nueve accionistas, el carácter de ser una sociedad cerrada implica un criterio de exclusión para que un potencial interesado/a pueda ser accionista. También se observa el cruce de apellidos entre accionistas lo que indica una relación por parentesco existente al interior de esta sociedad anónima<sup>9</sup>. En cuanto a los apellidos la procedencia corresponde principalmente al concepto de “Región Cultural del Norte Grande” (Matthey, 2009). Algunos de estos apellidos se pueden hallar en la población andina de Tarapacá del Censo del año 1866 (Ruz, Díaz y Galdames, 2008).

En cuanto al cambio en el espacio, ampliaron su superficie y tomó una nueva distribución diversificando la multiplicidad de productos ofrecidos y no solamente, agrícolas

---

<sup>8</sup> El Terminal Agropecuario como empresa tiene un organigrama. A su vez, el Terminal cuenta con los socios/as que son accionistas de la sociedad todo ello, configuran la organización social de este mercado.

<sup>9</sup> Por un tema de confidencialidad no se presentan los antecedentes de parentesco de forma detallada.

y de abarrotes, sino que también los productos importados por Zofri. Aquí, cabe destacar que cada sector está identificado del siguiente modo: “Primera Rampa Mayoristas” (venta de abarrotes y carnicerías); “Segunda Rampa Minoristas” (venta de abarrotes, carnicerías y panaderías); “Tercera Rampa Verduras” (frutas, verduras y condimentos); “Cuarta Rampa” (fruta y verduras del interior); “Ariqueños” (frutas, verduras y condimentos); “Quinta Rampa” (fruta, verduras y condimentos, productos de procedencia boliviana y peruana vinculados a la alimentación o salud) y locales “Especiales” (venta de abarrotes, panadería, útiles de aseo, utensilios para el hogar y otros productos de importación de Zofri)<sup>10</sup>. El actual uso del espacio incluye estacionamiento que funciona con sistema de cobro en ticket, el cual el público critica por su alto precio en relación al tiempo de estancia del vehículo estacionado. En el entorno del establecimiento comercial se prolonga la venta de productos agropecuarios, productos para el cuidado de la salud y otras ofertas más de procedencia boliviana principalmente. Este comercio es atendido generalmente por el género femenino y están durante la mañana hasta alrededor del mediodía. Aquí se puede encontrar los mismos productos que están al interior del Terminal Agropecuario. En la mañana temprano (madrugada) es posible observar venta de desayunos.

Un rasgo característico del comercio del Terminal Agropecuario son los productos agrícolas cuyo proceso de producción está pensado para una dieta de comida típica andina de procedencia chilena o boliviana: *k'hala purka*, *picante de conejo* o *pathaska*, entre otros. La oferta de productos que se requieren para preparar estas comidas otorga un segmento específico de público para el Terminal Agropecuario tomando en cuenta la variable étnica en este mercado. Desde el análisis económico sustantivista se observa que la subsistencia requiere de un intercambio propio del mapa etnochileno y la región cultural del norte grande como identifica Gabriel Matthey (2009) para trabajos en gestión cultural. Esto indica que este tipo de mercado se caracteriza por ser intercultural (a nivel nacional e internacional) frente a la demanda de productos específicos andinos que no se ofertan en la amplitud de mercados que tiene la ciudad. Este intercambio genera a su vez relaciones sociales interétnicas, lo que da un sello característico a la gestión de comercio tradicional del Terminal Agropecuario.

---

<sup>10</sup> El uso del espacio está distribuido por el tipo de producto ofrecido y diversidad de comerciantes.

#### 4. MARCO TEÓRICO

El contenido del marco referencial lo he sustentado en la idea de “generalizaciones empíricas o microteorías” (Hernández et. al., 2003, p. 97), ya que la información existente es fragmentada, dispersa o forma parte de un campo de conocimiento cuya producción investigativa está en proceso de desarrollo. Se utilizó como recurso metodológico la revisión bibliográfica, basada en la lectura y análisis del contenido de capítulos de libros, artículos, tesis, y webgrafías con la finalidad de obtener un mejor sustento y comprensión a la problemática planteada en el capítulo de introducción.

Para este estudio la referencia teórica revisada tiene sus alcances y proyecciones en la gestión cultural, y se construye a partir de tres conceptos: comercio, patrimonio y etnografía los cuales, a su vez, se sitúan en un concepto más amplio: “campo cultural”, modelo de análisis teórico/metodológico propuesto por Gabriel Matthey (2011). Este modelo de análisis consiste en observar la vida humana en su medio ambiente, en forma integrada, como una realidad multidimensional, dinámica y compleja, basada en las experiencias pasadas (memoria, patrimonio), circunstancias presentes (oportunidades y motivaciones) y futuras (expectativas, proyecciones). Los instrumentos de observación son a través de cinco subcampos: naturaleza, sociedad, mercado, tecnología y cosmovisión. Si bien este tipo de análisis ha pasado por recientes ajustes en su planteamiento (Matthey, conv. pers., Santiago, 2021), en este estudio se utiliza como un referente que organiza la revisión de conceptos y discusiones bibliográficas en lo teórico, y en lo práctico, facilita el procesamiento y reflexión de los datos recopilados.

En torno al desarrollo de la gestión cultural, existen diversos análisis que replantean la relevancia y campos de acción sociocultural, económico y político (Garretón, 2008; 2013; Navarro, 2013; Negrón, 2013; Soto, 2013). Como he mencionado en los antecedentes de esta tesis, la gestión cultural y la economía van unidas desde el surgimiento de la primera (Matthey, 2011; Rojas 2015). Se desarrolla a partir de un enfoque político y económico, entendido como “gestión de procesos” (Matthey, 2013) o “proceso de desarrollo” (Leiva, 2009). De este modo para indagar en las prácticas, saberes y conocimientos empíricos sobre la gestión de comercio tradicional existente en el Terminal Agropecuario, a través de la

experiencia de vida de comerciantes de un negocio que ha sido construido en el tiempo y el espacio, en correlato a este tipo de mercado, se ha escogido como referencia la economía sustantivista planteada por Karl Polanyi, la cual es revisada conceptualmente por Pedro Huerta (2016) y analizada situacionalmente por José Luis Coraggio (2014) y Víctor Jacome Calvache (2020), en el marco de la economía social y solidaria en Latino América: *“El modo Polanyiano, es un tipo de análisis económico inductivo, empirista, teórico y crítico, sustentado en la historia y la antropología económica.”* (Huerta, 2016, pp. 100). Seguir esta orientación permite enfatizar prácticas, saberes, visión de mundo y memoria histórica de los actores sociales relevantes vinculados a este estudio.

#### **4.1. Definición de cultura en la gestión cultural**

Desde el análisis de la gestión cultural, el concepto de cultura presenta diferentes acepciones, sin embargo, se pueden agrupar en aquellos vinculados a la esfera antropológica (Delgadillo, 2010; Matthey, 2011) y otro relacionado con las políticas y la participación cultural (CNCA, 2018; Muñoz del Campo, s/f). En el marco de la primera acepción, se puede compartir la visión de Gabriel Matthey que define cultura como un bien de incorporación, ya que se retroalimenta a través de la memoria re-significando bienes y valores culturales: *“la cultura incluye todo el quehacer humano; es “el cultivo humano de la vida” y, por lo tanto, da cuenta de cómo nos relacionamos entre nosotros y el medio ambiente, a través de nuestro pasado, presente y futuro.”* (2011, p.02). Esta definición permite vincular la gestión cultural al patrimonio y territorio desde una perspectiva ecológica, ya que menciona la relación sociedad-medio ambiente, tomando como referentes la temporalidad, el entorno natural y antrópico. A su vez, desde una perspectiva sistémica, Claudio Di Girólamo (s/f) entrega la siguiente definición:

Entiendo la cultura como el proceso que desencadenamos al transformar nuestro entorno. En su transcurso, al mismo tiempo, nos modificamos

irremediamente a nosotros mismos, en nuestras conductas y en nuestra forma de pensar. Por consiguiente, la calidad de esa determinada cultura dependerá exclusivamente de nuestra capacidad de practicar nuestra relación con los demás y con el mundo cercano y lejano. Como una unidad armónica que necesita constantes revisiones y cuidados. (En Symmes, 2018, p. 19)

Esta segunda definición, entiende la cultura como un conjunto de prácticas que son sistémicas a otras dimensiones de la vida en sociedad, las cuales se interrelacionan e influyen mutuamente. En este sentido se observa, desde la antropología del desarrollo, que el concepto de cultura en la gestión cultural y el patrimonio se asocia a un proceso de cambios económicos, sociales, culturales y medioambientales, cuyas valoraciones sociales obedecen a estereotipos occidentales de “alta/baja cultura” (Di Girólamo, 2013), las cuales son cuestionadas por ser calificadas de elitistas o restringidas solamente a las prácticas artísticas (Matthey, 2013). En el marco de la antropología del desarrollo, como referencia, Andreau Viola (2000) propone que frente a diferentes acepciones de la noción de desarrollo (como proceso de cambios) hay que detenerse a identificar bajo qué visión se definen las categorías de análisis que utilizamos para entender y transformar nuestra realidad. En el caso de Chile, se identifican las prácticas económicas dentro de la industria cultural en el contexto latinoamericano como lo menciona José Luis Coraggio (2014); es decir, un proceso diverso e híbrido con un sello capitalista que no puede omitirse.

Ahora bien, el concepto de cultura visto desde las políticas y la participación culturales presenta la siguiente definición: *“la cultura no es un hecho estático, sino un organismo vivo, y, por ende, nuestra forma de participación también atraviesa cambios”* (Unesco, 2014, p.7 En CNCA, 2017, p. 26). Para Manuel Garretón (2008), la cultura es un campo de acción específico que consta de dos dimensiones, una referida al género de vida de una sociedad, el debate y elaboración del pasado, la promoción de valores y otras expresiones socioculturales, mientras que la otra dimensión alude al marco regulatorio sobre la cultura y las instituciones que lo gestionan desde las políticas públicas. De este modo, el concepto de cultura se define como un “derecho cultural” (Symmes, 2018).

## 4.2. Otras Economías

La denominación “otras economías” es utilizada por José Luís Coraggio (2014) y Víctor Jácome (2020) para referirse a la variedad de economías posibles en América Latina, debido a las transformaciones culturales e ideológicas que alteraron diferentes esferas de la vida de las personas dentro de un contexto histórico específico, el cual puede ser desde el coloniaje hasta el presente: “*Se retoma aquí la idea central de Polanyi: las economías modernas son construcciones políticas, sea a cargo de democracias, o de dictaduras.*” (Coraggio, 2014, pp. 27).

Pedro Huerta (2016) sostiene que para Polanyi existen dos visiones en economía: formal y sustantivista. La primera se relaciona con la acción racional de elegir bajo el criterio de la escasez los medios y fines para vivir, siguiendo un carácter individualista basado en los principios del ahorro y la inversión en un mercado autorregulado (ley de oferta y demanda). Sostiene la idea de mercantilización de todas las cosas. La segunda visión (sustantivista) plantea la existencia de múltiples formas que toma el intercambio con el medio ambiente natural y social, para proporcionar los medios necesarios en favor del sustento humano, su subsistencia y necesaria satisfacción material.

Algunos aspectos relevantes de este modelo de análisis son, por una parte, los conceptos de “institución”, “proceso” y “modos de integración” y, por otro nivel de análisis, los conceptos de “unidad” y “estabilidad” que centran el interés en los valores, los motivos y la política. Por institución se entiende que son: “*construcciones y disposiciones sociales donde lo económico adquiere validez.*” (Huerta, 2016, p.96). Para Polanyi, las instituciones son económicas en la medida que concentran actividades sociales que forman parte de un proceso. El concepto “proceso” se define como movimiento, identificando dos tipos: uno de localización, para referirse a la producción y transporte; y otro como apropiación, aludiendo a la transacción (circulación) o disposición (distribución) de los recursos obtenidos de la relación hombre-naturaleza.

En cuanto a los modos de integración, se refiere a la idea de reciprocidad, redistribución e intercambio. Pedro Huerta (2016) citando a Karl Polanyi (1976) señala:

La reciprocidad denota movimientos entre puntos correlativos de agrupamiento simétricos; la redistribución designa movimientos de apropiación hacia un centro y luego hacia el exterior; el intercambio hace referencia aquí a movimientos y viceversa en un sentido y en el contrario que tiene lugar como entre manos en el sistema de mercado. (p. 97).

Por su parte, José Luis Coraggio (2014) expresa que este modelo de análisis ha sido criticado de “circulacionista”, haciendo poca referencia a la explotación ser humano - naturaleza. Sostiene que la reproducción de la base material de la vida tiene un mundo simbólico y que América Latina presenta una pluralidad de formas de economía con diferentes grados de hibridación bajo una dominación capitalista. Propone respecto al trabajo redefinir su sentido y necesidades humanas, ya que éste responde a fines utilitarios, pero también, fines intangibles:

Existen sectores de la economía (en sentido sustantivo) no monetizados, partes importantes de la naturaleza y del trabajo que no han sido mercantilizados, y todos los principios, incluido el de administración doméstica, tienen peso en una economía plural (p.22)

Víctor Jácome, citando a Axel Honneth (1997), sigue la línea del *conocer* y *reconocer*; el primero asociado a “invisibilizar” y el segundo a “visibilizar”. La invisibilización se vincula con las relaciones de poder desiguales, donde el grupo dominante expresa superioridad social frente al grupo subalterno, aunque este último puede reconocer su invisibilidad; mientras que la visibilización está en reconocer características relevantes de los sujetos, en que hay un comportamiento expresivo que responde a cualidades de valor hacia otros grupos sociales. Esta propuesta aporta a la reflexión de la construcción de conceptos mediante procesos de co-teorización, junto con visibilizar prácticas económicas subalternas y, en términos de principios, tomar en cuenta el respeto y reconocimiento de “otras economías”.

Desde un punto de vista histórico, particularmente, la mercantilización en el coloniaje latinoamericano hace del comercio y mercado definiciones diferentes. *“Por mercado se refiere a un sistema de intercambio en que se absolutiza el principio egocéntrico de trocar para ganar, ganar para acumular.”* (Coraggio, 2014, p.21); es decir, el mercado consiste en un tipo de intercambio destinado a satisfacer la acumulación de capital. *“En cambio, por comercio se refiere a un sistema de intercambio administrado o sujeto a costumbres, que cuida de conservar las sociedades que participan.”* (Coraggio, 2014, p.21). Sin embargo, este comercio se caracterizó por una distribución asimétrica, análisis económico que aplicado a la actualidad lo vincula con las relaciones de poder: *“patrón de poder colonial-moderno y capitalista, impuesto desde el siglo XVI, que tiene una estructura de dominación, otra de explotación y una más de producción de conocimiento”* (Jacomé, 2020, p.62)

Hasta aquí, se observa que la definición de comercio y mercado, al abordarse desde una perspectiva histórica, indica las variaciones que puede presentar según contexto temporo-espacial. A su vez, esta revisión hace ver el carácter político que toma la economía y cómo altera o condiciona las prácticas de intercambio. En Chile un precedente lo aporta el CNCA (2012), al expresar en sus estudios una política pública cultural basada en la Diversidad Cultural tratada por la Unesco (2005), centrando su atención en las “industrias culturales”, donde el patrimonio figura dentro de la definición de bienes y servicios culturales, como elaboraciones con creatividad y con una carga simbólica más allá de su valor comercial (Throsby, 2012).

Continuando con los estudios sobre cultura económica, desde la gestión cultural en territorio chileno, un catastro realizado por Diana Duarte y Gabriel Matthey (2019) a los tesisistas del MGC de la Universidad de Chile, muestra que éstos han realizado sus estudios en los ámbitos de industrias creativas, gestión de financiamiento, marketing cultural, responsabilidad social empresarial y, modelos de emprendimiento y negocios. Estas líneas de trabajo se han centrado principalmente al campo de las artes, y el patrimonio asociado a la economía.

Otros estudios de carácter exploratorio sobre la relación economía y cultura en el país, dan cuenta de la interdisciplinariedad de la ciencia económica y las ciencias sociales, para abordar diversas actividades culturales con indicadores económicos, de tal modo que facilitan

los análisis críticos y replanteamientos en temáticas de valor-precio, costo-beneficio y bienestar. Estos trabajos evidencian la dispersión de las actividades culturales en diferentes sectores de la economía: industria manufacturera, servicio personal y comercio (Aspillaga, 2014). Estos análisis se han realizado bajo el enfoque de “economía de la cultura” (CNCA et. al., 2003) o “economía cultural” (Prince, 2017) expresados en conceptos como “actividades económicas”, “sector cultural”, “industrias culturales” y/o “industria creativa”, los cuales han sido revisados y debatidos como categorías de análisis (Monares, 2017; Mujica, 2017).

Estos trabajos se sostienen en el marco de políticas públicas, considerando la producción cultural como una actividad económica que fomenta el debate acerca de la mercantilización de las artes, y su consecuente desarrollo económico, bajo dos perspectivas de políticas culturales: fomento productivo y desarrollo territorial (Mujica, 2017). Se piensa que el valor de los bienes culturales desarrollados en los ámbitos anteriormente mencionados no siempre es observable en términos de costos - beneficios monetarios, evidenciando fallas de mercado y fallas del Estado, ya que dependen de la relevancia simbólica que la sociedad les asigne (Price, 2017). A su vez, se identifica la permanencia de un modelo económico neoliberal donde las creaciones artístico-culturales también son mercancía, en un contexto ideológico en el cual las personas buscan satisfacer sus deseos egoístas: *“Estamos ante un sistema en que todo tiene un precio, porque todo es mercancía en venta.”* (Monares, 2017, p. 8). Esto se plantea particularmente en las industrias creativas indicando que existen diferencias entre una creación identitaria y un producto mercantil.

Por otro lado, la cultura económica aplicada específicamente al campo de las finanzas reconoce que la economía forma parte de la cultura, entendida esta última como un concepto integral de la producción humana material y espiritual, por lo cual el estudio de los procesos económicos deben considerar sus expresiones culturales en su dimensión política, social/organizacional y educacional en torno a temáticas tributarias de tal modo, que fomente conocimientos y conciencia económica colectiva (Lucas-Mantuano et. al., 2016). Además, es pertinente tomar en cuenta el contexto histórico y particular donde se han creado y reproducido las actividades culturales que se buscan abordar (Mujica, 2017).

Concluyendo esta revisión teórica, acorde al análisis del campo cultural de la gestión cultural, resta estudiar el comercio tradicional desde la socioeconomía propuesta por Karl Polanyi; es decir, observar las prácticas económicas desde la relación ser humano -naturaleza y cómo se genera la subsistencia de las necesidades materiales e inmateriales aplicadas al ejercicio de la gestión cultural en la industria cultural del patrimonio inmaterial, tomando en cuenta que estos conceptos son a su vez construcciones políticas que, por lo tanto, su sentido de mercado y economía variará según la visión del tipo de gobierno al cual el país esté sujeto. Por esto mismo, resulta relevante reconocer la amplitud del concepto de industrias culturales o industrias creativas y la diversidad de valores a la cual están expuestas como lo propone Throsby (2012).

### **4.3. Patrimonio Cultural**

En cuanto al patrimonio, un estudio antropológico de turismo comunitario realizado por Jorge Razeto (2001), expone la importancia de la participación de las comunidades en la apropiación y explotación de sus recursos patrimoniales. Bajo una perspectiva antropológica, sostiene que el concepto de patrimonio debe relacionarse al de cultura, lo cual conduce a la complejidad del término: *“Pensar en el patrimonio es complejo y difuso, más bien extraño, porque no estamos acostumbrados a pensarnos como poseedores de un bien colectivo.”* (p.1188). En esta reflexión el patrimonio cultural es un proceso de elaboración de significancia social y de identidad. Dentro del concepto de patrimonio cultural destaca dos tipos: patrimonio productivo artesanal y patrimonio natural, los cuales tienen riesgos de deterioro cultural y ambiental, y la tensión existente entre rentabilidad y sustentabilidad con la actividad económica del turismo. Jorge Razeto también habla de cultura patrimonial y política cultural, que ambas van unidas en la medida que un bien patrimonial tiene un sentido cultural que es dinámico y diverso. Por último, cuestiona la neutralidad profesional y señala que las capacidades y conocimientos de las comunidades darían un rol protagónico a éstas.

Desde una visión de Estado, el patrimonio cultural se define como un conjunto de bienes tangibles e intangibles que tenemos como sociedad, los cuales requieren resguardo, sobre todo si están declarados monumentos (en el caso bienes tangibles) o si están reconocidos por el SIGPA, Sistema de Información para la Gestión Patrimonial (en el caso del patrimonio inmaterial). En un marco internacional, el patrimonio cultural se señala como de todos y su gestión asociada a la comunidad que la genera y la que se preocupa de ella (Unesco, 1972; 2003).

En este marco, frente a la definición de patrimonio cultural expuesta por la Unesco (1972, 2003), está el planteamiento realizado por Isabel Geisse (2018) y Mary Carmen Santos (2015), las cuales sostienen a partir de sus estudios en gestión cultural, que el patrimonio material va unido al patrimonio inmaterial, lo cual queda demostrado en las problemáticas de comercio y trabajo artesanal en la zona central. Estos trabajos, al respaldarse en la definición de la Unesco para aplicarlo a la gestión de comercio de producción artesanal, dejan la inquietud de cómo se plantea el patrimonio cultural en otros trabajos y oficios de comercio tradicional asociados al patrimonio cultural inmaterial (PCI), que sin embargo no están reconocidos explícitamente en la tipología que entrega la Unesco en su marco regulatorio. Una respuesta a esta problemática se puede hallar en la experiencia de gestión cultural comunitaria y patrimonio realizada por Jorge Razeto (2005), donde él plantea la resignificación de lo que se entiende por “patrimonio cultural”, definiéndolo como el rescate del patrimonio local y de la memoria. Él sostiene que el patrimonio local se vuelve un mecanismo de resistencia entre la tradición y el consumo moderno, donde las artes consisten en un proceso social de reapropiación de símbolos patrimoniales, de espacios públicos y privados que activan la autonomía de una comunidad.

Cabe destacar que dentro del patrimonio cultural se ha identificado el Patrimonio Cultural Indígena: “Es todo aquello que los pueblos han aprendido a realizar en el tiempo, en ese andar, se han desarrollado valores culturales, formas particulares de interpretar el mundo y formas distintas de relacionarse con el entorno” (Conadi, 2006). De acuerdo con José Gómez Villar (2016), el patrimonio consiste en un campo de interacción política y cultural dentro del cual se definen las herencias y los herederos del pasado, existiendo una variedad de agentes y clases de patrimonio como, también, su relación con cada contexto histórico. A

su vez, Joseph Gómez y Fanny Canessa (2014) sostienen que el patrimonio tiene una doble acepción: propiedad y utilidad, es decir, se asocia a un sentido de dominio y sentido de pertenencia, que desde la práctica complejiza las acciones de los actores sociales que intervienen en la identificación, negociación y administración de los recursos culturales. Para Llorenç Prats (2005), el patrimonio es un conjunto de recursos que vienen de la memoria, es una selección que en la práctica presenta una diversidad de experiencias y matices. Por lo mismo, propone una “reflexividad poliédrica” donde los retos y preocupaciones del presente permiten reflexionar sobre el pasado, para proyectar, participativamente, el futuro: *“Esta es mi forma de entender el patrimonio como “recursos para vivir.”* (p.32). Con esta definición se entiende que el concepto de patrimonio es desprendido del concepto de memoria.

Con los planteamientos expuestos y partiendo de la base que “patrimonio” es un concepto occidental que viene de la revolución francesa, actualmente el concepto de “patrimonio cultural” o más específico aún, patrimonio cultural inmaterial (PCI), es definido siguiendo lineamientos de nivel internacional, siendo ocupado por una multiplicidad de instituciones gubernamentales para su ejercicio y desarrollo en el país. Y la institución que se ha caracterizado por tratar este tema, a través de diversas convenciones, es la Unesco. A su vez, se observa que referirse al patrimonio cultural va en correlato con los conceptos de identidad y temporalidad (pasado, presente y futuro). El planteamiento en torno al pasado nos lleva a la noción de memoria e historia oral, si nuestro objeto de estudio es el patrimonio cultural inmaterial (PCI).

Por otro lado, se identifican variaciones en la definición de patrimonio cultural según sea quien utilice el concepto. Hay una visión de Estado emanada a través de instituciones públicas y otra visión que viene desde las esferas académicas en el ejercicio de la gestión cultural u otras disciplinas de las ciencias sociales, como la antropología, arqueología y las artes. No obstante, también está la intervención de las comunidades, la cual no necesariamente coincide con la visión del Estado o la academia. Esto hace que se requiera de una constante revisión, actualización y contextualización, en donde se llevan a cabo trabajos relacionados al patrimonio cultural en este caso, comercio y patrimonio etnográfico.

#### 4.4. Etnografía y patrimonio etnográfico

Definir patrimonio etnográfico deviene en la reflexión de su composición conceptual: patrimonio y etnografía. Si bien el primer concepto fue abordado en el punto anterior de este capítulo, se puede apreciar que, dentro de lo diverso, variable y difuso de su definición, el uso de este término se puede resumir del siguiente modo: “[...] *fenómeno de carácter esencialmente moderno que presenta múltiples dimensiones interrelacionadas.*” (Calvo, s/f). Destaca entre sus dimensiones la política, ya que la producción y distribución de los bienes patrimoniales se hacen en medio de relaciones de poder, las cuales pueden ser asimétricas. Respecto a la etnografía, es referirse a una línea metodológica que tiene tres acepciones: como método, técnica o producto (Francisca Egaña, conv. pers. año 2007). Se caracteriza por ser una herramienta de trabajo típica del ejercicio antropológico; sin embargo, es ocupada en el campo de las ciencias sociales en general. Del mismo modo, el análisis etnográfico o las interpretaciones propias de este tipo de trabajo de campo pueden variar según las diversas corrientes teóricas desarrolladas en las ciencias sociales en general y en la antropología en particular.

Para el caso de este estudio, el marco de referencia etnográfica es la “Auto etnografía” (Ellis, Adams y Bochner, 2019; Rappaport y Ramos, 2005) y la “Etnografía Colaborativa” (Cardús y Font, 2006). Estos dos tipos de etnografía tienen en común la construcción dialógica de la cultura, la co-experiencia y la co-interpretación. Puntualmente, la etnografía colaborativa posiciona a los “informantes” de una investigación en calidad de “asesores” o “consultores” y reconoce a la comunidad en estudio como facilitadores de conocimientos, realizando preguntas compartidas que buscan entender con mayor claridad la acción colectiva, reconociendo la existencia de una relación intercultural entre la comunidad y el investigador bajo una dimensión ética desarrollada de forma práctica mediante la negociación, siendo el antropólogo un mediador (Cardús y Font, 2006, Rappaport, 2005). Por su parte, la auto etnografía reconoce la experiencia personal del etnógrafo como parte el

proceso de investigación considerando al grupo social en estudio como *sujetos políticos*, en el marco de los alcances de su colaboración o intervenciones en la investigación en curso<sup>11</sup>.

Un ejemplo, es el trabajo auto etnográfico desarrollado por Joanne Rappaport y Abelardo Ramos (2005) vinculado al Programa de Educación Bilingüe e Intercultural (PEBI) del Consejo Regional Indígena del Cauca (CRIC). Expone una experiencia de práctica antropológica intercultural en la cual los investigadores entienden la interculturalidad como una forma de actuar políticamente, para generar condiciones de igualdad y consenso entre las minorías étnicas. Proponen un trabajo de co-investigación y co-teorización, los cuales se construyen de acuerdo con las prioridades de la organización indígena. Este proceso de co-investigación y co-teorización, los investigadores lo denominan “diálogos de saberes”, debido a la interlocución activa entre activistas y académicos que son diferentes culturalmente, pero que colaboran recíprocamente frente a un objetivo común. Para Joanne Rappaport, la diferencia cultural existente entre los participantes del proyecto conduce a replantear no solo el cuerpo teórico y epistemológico, sino que, sobre todo, la metodología ya que se cuestiona o enfrenta el interés netamente académico frente a las prioridades indígenas y autonomía política; es decir, apropiación y resignificación de ideales universales de la sociedad dominante frente a la cosmovisión indígena.

En la experiencia de trabajo expuesta la auto etnografía es un dispositivo teórico-metodológico pertinente para estudios de gestión cultural en patrimonio, ya que destaca el proceso de diálogo intercultural, el cual genera una resignificación de conceptos definidos en marcos regulatorios, como, por ejemplo, las convenciones de la Unesco a nivel internacional, que no siempre se ajustan a la visión de las comunidades culturales vinculadas a programas o proyectos emanados del Estado.

De acuerdo con la definición de la Unesco (1972), lo más cercano al concepto de patrimonio etnográfico en el patrimonio cultural material es la categoría de “*lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.*” (Artº1). Esta definición alude a la tipología de

---

<sup>11</sup> Carolyn Ellis, Tony Adams y Arthur Bochner (2019) sostienen: “*Esa perspectiva reta las formas canónicas de hacer investigación y de representación a los otros, pues la considera como un acto político, socialmente justo y socialmente consciente.*” (pp. 17-18).

patrimonio cultural tangible inmueble como lo identifica el Estado de Chile, de acuerdo con la Ley 17.288 (Ley de Monumentos Nacionales) cuyo reconocimiento es entre otros, etnológico sin entregar mayores precisiones al respecto. El cuadro que a continuación se presenta lo resume del siguiente modo:

### **Tipología del patrimonio cultural tangible mueble e inmueble**

<b>Bienes Patrimoniales Tangibles como Monumentos Nacionales</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Monumentos históricos	Lugares, ruinas, construcciones, objetos.
Monumentos públicos	Estatuas, columnas, fuentes, pirámides, placas, coronas, inscripciones, objetos.
Monumentos arqueológicos, excavaciones e investigaciones científicas correspondientes	Lugares, ruinas, yacimientos, enterratorios, cementerios, restos de aborígenes, piezas u objetos antro-po-arqueológicos, piezas u objetos paleontológicos (y lugares donde se hallan), piezas u objetos de formación natural.
Santuarios de la naturaleza e investigaciones científicas	Sitios terrestres o marinos

Fuente: Ley Gral. De Urbanismo y Construcción y Decreto N°47, Ordenanza General de Urbanismo y Construcción. En Ministerio de Desarrollo Social, 2014, p.11.

Otra definición la entrega el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU) el cual considera dentro del patrimonio cultural tangible inmueble bienes de conservación histórica cuyo valor cultural está en su valor estético (Ministerio de Desarrollo Social, 2014). Esta categoría junto a otras se resume en el siguiente cuadro:

## Categorías de patrimonio cultural tangible de conservación histórica

Bienes Patrimoniales	
Tipo	Descripción
Inmuebles de Conservación Histórica	Inmuebles que representan valores culturales, arquitectónicos o históricos, no declarados Monumentos Nacionales
	Inmuebles urbanísticamente relevantes
	Obra Arquitectónica que constituya un hito de significación urbana
Zonas de Conservación Histórica	Sector cuya expresión artística represente valores culturales de una localidad
	Sectores urbanísticamente relevantes
	Sector relacionado con uno o más Monumentos Nacionales, identificándolos, los cuales están regidos por la ley 17.288

Fuente: Ley Gral. De Urbanismo y Construcción y Decreto N°47, Ordenanza General de Urbanismo y Construcción. En Ministerio de Desarrollo Social, 2014, p.11.

En este contexto de análisis, se retoma la idea de patrimonio cultural inmaterial (PCI), pero desde un ámbito específico; es decir, como patrimonio etnográfico tomando como referencia para su definición otro tipo de problemática sobre patrimonio, memoria y pueblos indígenas contemporáneos, desarrollado por la antropóloga Paulina Faba (2004). Ella sostiene, a través de un estudio interdisciplinario (antropológico y arqueológico), la importancia de los recursos de la naturaleza y culturales que posee la comunidad huichol de México y cómo estos recursos pueden tener múltiples significados según el contexto social observado. La antropóloga se concentra en el análisis etnográfico de los petrograbados de los huicholes, de su ubicación y distribución en el espacio, construyendo un paisaje que permite conocer la cosmovisión huichola, su género de vida cotidiano y ritual: *“la historia plasmada en el paisaje”* (Faba, 2011, p. 12 En Fierro, 2018, p.365). Puntualmente en la metodología etnográfica, el estudio de Paulina Faba (2004) aporta con un análisis crítico y profundo del movimiento fluido de la memoria y las manifestaciones culturales sujetas a un espacio determinado, sostiene que se debe ir del conocimiento del presente etnográfico a la interpretación del pasado, para finalmente repensar el presente. Para ella, el patrimonio es una reinterpretación, resignificación, y no una imagen fosilizada de la cultura que, de acuerdo con el trabajo realizado, el patrimonio cultural material e inmaterial está presente a la vez en una misma expresión cultural y se define a partir de la cosmovisión de la comunidad huichol.

## 05. METODOLOGÍA

Con el propósito de reunir y ordenar el conjunto de datos recopilados tanto de fuentes primarias como secundarias producto del trabajo de campo y de gabinete, el proceso de análisis etnográfico en este estudio comenzó desde la etapa de recopilación de datos empíricos hasta una presentación preliminar del trabajo realizado al principal facilitador de conocimientos para esta tesis. En esta línea de acción desde un punto de vista técnico he seguido las pautas para los estudios de caso contemporáneo<sup>12</sup> que propone Piedad Martínez (2006), por lo que esta tesis tiene un enfoque cualitativo y de tipo exploratorio/descriptivo ya que busca “*comprender el proceso por el cual tienen lugar ciertos fenómenos*” (p. 172). En este caso, el fenómeno consiste en el conocimiento empírico sobre comercio tradicional no artesanal del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique. El orden de los registros obedece a diferentes niveles de análisis según el tipo de dato recolectado<sup>13</sup>. El tiempo estimado para el estudio fue desde el mes de enero del año 2019 al mes de noviembre del año 2021. De esta manera he buscado conocer de forma empírica, y con mayor precisión, el problema de investigación.

### 5.1. Marco metodológico

Cabe destacar que la orientación aquí presente consiste en dos tipos de etnografía: “Autoetnografía” (Ellis, Adams y Bochner, 2019; Rappaport y Ramos, 2005) y “Etnografía Colaborativa” de Erick Lassiter (Cardús y Font, 2006). En este marco, el estudio lo hice en un doble rol: como etnógrafa para el estudio de caso y como trabajadora para las labores realizadas en el negocio. Esto permitió conocer desde adentro y con mayor profundidad la inquietud del socio-administrador (“las ventas bajas”), el punto de vista del personal y la autorreflexión para el análisis etnográfico, en calidad de observadora participante y directa.

---

<sup>12</sup> Con detalle argumenta: “En consecuencia, el investigador podrá utilizar diferentes fuentes de información bases de datos, Internet, entrevistas a investigadores del área, organismos públicos o privados, documentos y estadísticas relacionadas con el fenómeno abordado en la investigación.” (Martínez, 2006, p. 185).

<sup>13</sup> Cuadro de proceso de análisis, Ver Anexo 07, p. 108.

Para llevar a cabo el ejercicio auto etnográfico, se ha optado por una propuesta técnica basada en la observación directa y participativa, entrevista en trabajo de campo, revisión bibliográfica y revisión de documentos. En el trabajo de campo y de gabinete se ha ocupado los siguientes instrumentos recopiladores de datos: pauta de observación; pauta de preguntas; ficha de registro de organización; ficha bibliográfica; ficha de registro de documentos; ficha de matriz cultural<sup>14</sup> (Matthey, 2009), plantillas de árbol de problemas y de árbol de objetivos (Guerra, 2019). El análisis se hizo mediante la triangulación de datos de las fuentes derivadas de las tres técnicas utilizadas para el estudio de caso (con enfoque biográfico), orientadas inicialmente por las variables género, edad, etnia o procedencia en un primer nivel de análisis y las categorías de comerciante no artesanal socio de TAISA, conocimiento empírico y patrimonio como segundo nivel de análisis. Ambos tipos de análisis se ordenan conforme a los subcampos del “campo cultural” (Matthey, 2011): naturaleza, tecnología, mercado, sociedad y cosmovisión. La validez de la elección de un único caso de estudio está dada porque no se busca la cuantificación de la información recopilada sino más bien, profundizar en la comprensión del fenómeno en estudio, su particularidad (Martínez, 2006). Esto se ejemplifica con el negocio Sociedad Comercial Valle Verde Ltda. compuesto por tres comerciantes y veinte trabajadores/as.

## **5.2. Ajuste metodológico**

Dada la contingencia social del año 2019 y la de salud del año 2020 más el tiempo, recurso humano y cambios de disposición para acceder a contextos de observación y entrevistas, el proceso de recopilación de datos se concentró en observaciones participativas y entrevistas interactivas más que concertadas (manteniendo el resguardo de confidencialidad cuando fuera solicitado), complementando los relatos orales con relatos escritos mediante la revisión de un archivo periodístico facilitado por la Jefa de Operaciones de TAISA. Las observaciones directas y participativas al focalizarse en un único caso permitieron identificar con mayor detalle eventos cotidianos y ocasionales según lo autorizado por el administrador del negocio.

---

<sup>14</sup> Ver contenido de ficha de matriz cultural. Anexo 06, p. 106.

## **06. DESARROLLO**

En lo que compete a la confección de este capítulo, utilicé como recurso metodológico la revisión de notas de campo, entrevistas, material de documentos escritos, digitales y fotográficos, en complemento con la bibliografía escogida para el marco teórico y el capítulo de antecedentes. La revisión de los datos recopilados comenzó bajo el concepto “campo cultural” –en gestión cultural– y culminan con una reflexión de corte patrimonial. Como el análisis viene desde un estudio de caso con enfoque biográfico, he buscado relatar experiencias de vida que permitan entender con mejor precisión cómo una gestión en comercio tradicional puede ser considerada patrimonio etnográfico. Dada la amplitud del contexto de estudio, es que la narrativa del enfoque biográfico se complementa con la revisión de documentos para identificar y describir con mayor detalle y precisión la problemática planteada.

### **6.1. “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.”: comerciantes no artesanales del Terminal Agropecuario de Iquique (TAISA)**

El estudio de caso, donde se centra el objeto empírico son los comerciantes del negocio *Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.*, los cuales son socios y accionistas del Terminal Agropecuario Sociedad Anónima Iquique (TAISA). Los comerciantes de este negocio reconocen su identidad territorialmente por el nicho ecológico del lugar de origen: Laonzana, una comunidad andina ubicada en la parte baja de la Quebrada de Tarapacá, comuna de Huara de la Provincia del Tamarugal, Región de Tarapacá.

Esta Quebrada se caracteriza por su producción agrícola, trabajo que realizan como medio subsistencia para la economía doméstica y para ofrecer al mercado iquiqueño específicamente, el Terminal Agropecuario. Cuenta entre sus recursos culturales iglesias nombradas monumentos históricos y tradiciones andinas como ritos para la siembra en la

tierra (*Pachamama*), rogativa por la compra de un inmueble o vehículo (*ch'allar*), celebración de fiestas patronales, Pascua de Reyes y otras celebraciones relacionadas al proceso de chilenización como las glorias navales (21 de Mayo) y fiestas patrias (18 de Septiembre). En el caso puntual del pueblo de Laonzana (lugar de origen de los comerciantes del negocio “Valle Verde”) se celebra la fiesta patronal de Espíritu Santo de Pentecostés, llamada por sus pobladores y devotos: “la fiesta del Señor de Laonzana”. En cuanto a la relación con la naturaleza, trabajan la producción de hortalizas y verduras, aunque, en su historia agrícola se ha mencionado la producción de *peras de pascua*, producto típico del pueblo que sus pobladores ofrecían en la ciudad organizados a través de una Cooperativa durante la década del sesenta:

De las tres mejores cooperativas, según Corfo, la que se desarrollaba con mejor eficiencia; era la de Laonzana. Esta cooperativa reparó el camino que une este pueblo con el de Pachica, instaló el equipo del alumbrado público, administró el servicio de agua potable, comercializaba productos agropecuarios fuera de la provincia de Iquique, en el mismo camión que la CORFO les había facilitado, y canalizaba otras acciones de menor envergadura. (Carevic, 2000, p.74)

En esta relación con la naturaleza a través del trabajo agrícola, la conectividad era fundamental para el intercambio comercial en la ciudad. El comerciante (hermano menor) de la Sociedad Comercial Valle Verde lo relaciona a su vez, con creencias andinas las cuales van unidas a las prácticas económicas asociadas a la agricultura:

Cuando no existían los vehículos, camiones, [la gente] se movilizaban en animales... en burro, en caballo, en *mulare*. Entonces, hay un cerro que donde pasaban estos que le llamaban *troperos*, las tropas, los troperos le llamaban, pasaban por el alto de Puchurca. Pero venían a saludar a la Cruz, entraban y saludaban a la Cruz que todavía, todavía queda... y el camino donde pasaban los troperos todavía están, existen. (Hermano menor del negocio Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., En Olmedo y Gómez, 2010, p.80)

Como se expuso en el apartado de los antecedentes de este capítulo, la conectividad para ejercer el comercio en otras unidades territoriales forma parte del proceso productivo agrícola el cual es posible hallar referencias arqueológicas en el Periodo Intermedio Tardío con la práctica económica del tráfico caravanero (Núñez y Briones, 2017) o como le llaman

los comerciantes del caso de estudio: “camino troperos”. Esta práctica económica que ha sido ejercida por los agricultores de precordillera -como lo sostienen los comerciantes del mencionado negocio del Terminal Agropecuario respecto a su lugar de origen- también lo ha sido para los ganaderos del altiplano tarapaqueño -como lo sostienen estudios de Lozano Machuca, 1885 [1581]; Martínez, 1986-, lugar de ascendencia de los comerciantes de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.:

Así, los Lípez altiplánicos ganaderos y caravaneros sin nexos fijos a prácticas agrarias fueron al tiempo del contacto histórico como “comerciantes” que logran “contratos” y “rescates”, que no son de paz ni de guerra y que trafican precisamente junto a caravaneros tarapaqueños (Núñez y Briones, 2017, p.139).

Desde el análisis de los “modos de integración” propuesto por Karl Polanyi (Huerta, 2016) el concepto de proceso corresponde al movimiento de intercambio de mercado que mencionan Colin Refrew y Paul Bahn (2007) en la teoría arqueológica. Observo que este movimiento es un encuentro comercial y cosmogónico entre el altiplano con la precordillera donde la movilidad geográfica es una práctica económica y social necesaria para que se concrete dicho encuentro de intercambio.

## **6.2. Comerciantes, naturaleza y tecnología**

Para los comerciantes de *Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.*, la relación con la naturaleza ha sido en dos dimensiones: directa e indirecta, debido a la movilidad geográfica que ha caracterizado el ciclo vital en sus experiencias de vida. La primera se define por dos tipos de interacción territorial: por el lugar de origen y el lugar de residencia. Estos dos tipos de interacción, a su vez, forman parte de una interacción territorial mayor, debido al movimiento migratorio de sus ascendientes aymara, que ejercieron en el ciclo vital de la adultez, generando como *herencia cultural familiar* una relación indirecta con la naturaleza desde otro nicho ecológico de la Región de Tarapacá. Esta diversidad de interacciones

ecológicas, sociales y culturales definen un trayecto histórico territorial de la relación ser humano – naturaleza en torno a la organización socioespacial andina, la cual ha comprendido desde la Comuna de Colchane (Provincia del Tamarugal) a la Comuna de Iquique (Provincia de Iquique), la que se resume del siguiente modo:

**Cuadro de Resumen. Organización socio espacial andina de los comerciantes de “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.” del Terminal Agropecuario Iquique.**

<b>Relación Ser Humano – Naturaleza en contexto andino tarapaqueño</b>					
<b>Interacción ecológica</b>	<b>Dimensión territorial</b>	<b>Nicho ecológico</b>	<b>Ubicación espacial</b>	<b>Lugar Rural/Urbano</b>	<b>Migración Escalonada</b>
<b>Indirecta</b>	Por ascendencia	Altiplano	“Arriba”	Rural: Cariquima	Punto de partida de movimiento migratorio: Descendente de este a oeste.
<b>Directa</b>	Por lugar de origen	Precordillera, Quebrada	“Medio”	Rural: Laonzana	Movimiento migratorio 01: Descendente de este a oeste.
	Por lugar de residencia	Costa	“Abajo”	Urbano: Iquique	Movimiento migratorio 02: Campo – Ciudad

Fuente: Trabajo de Campo, año 2019. Elaboración propia.

El primer movimiento migratorio corresponde a los padres, ascendientes aymara, de los comerciantes del mencionado negocio. Sus nombres: Ciriaco Gómez Ramírez y Julia Amaro Flores, quienes practicaron la migración escalonada comenzando desde el altiplano a la precordillera y, posteriormente, a la costa. El primer movimiento migratorio fue por motivos de alianza matrimonial (unión *chacha-warmi* en lengua aymara) que, en términos

territoriales andinos correspondió a la unión de las dos mitades del espacio social de la comuna Cariquima: *Arajjsaya* (mitad de arriba) con *Manqhasaya* (mitad de abajo). *Arajjsaya*, corresponde al espacio andino de origen de la madre y *Manqhasaya* corresponde al del padre. En esta construcción social del espacio andino, se identifican las familias y el vínculo territorial al cual pertenecen. “*La familia Gómez llegó a Ancovinto y se fueron a vivir a Cariquima. Los Gómez con los Alabes fundaron los poblados de Ancovinto y Cariquima. [...] De Quebec son los Amaros y los Flores y de Chulluncane los Challapas.*” (Agustín Chambe, 1997 y Agustín Mamani, 1999 En Beltrán, 2002, p.134). Este tipo de asentamiento corresponde a un proceso de reducción a pueblos, que vivió la actual Región de Tarapacá frente a los cambios jurisdiccionales de políticas administrativas coloniales, donde cada sociedad andina reclamó una identidad exclusiva por el espacio habitado (González, Gündermann e Hidalgo, 2014; Provoste, 1980). De la familia Gómez una escritura de compraventa en complemento a los relatos de Agustín Chambe y Agustín Mamani señala:

El cacique Martín Gómez, se presentó pidiendo para sí, sus hijos y sus descendientes, el amojonamiento de la comunidad de Ancovinto que le fue hecha por el Corregidor y Juez de Paz don Pío de Cordova el año de mil ochocientos veinte, quedando los Gomez habitantes tributarios de la Comunidad de Ancovinto, en posesión real, material, tranquila, de sus tierras, aguas, pastales, lo que consta de documento de esa fecha y lugar.-

Al amparo de la legislación peruana, los abuelos de los Gomez, de la Comunidad de Ancovinto, pagaban sus contribuciones y tributos, por las tierras de Cordillera, pastales, aguadas, de que eran dueños, que poseían desde el tiempo de el Rey de España. (Escritura de Compraventa Gomez Mamani Ciriaco y Otro. Iquique, año 1950, foja 2)

Este referente etnohistórico sobre la identidad colectiva forma parte de la historia cultural familiar de los comerciantes de la “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.” Con el primer movimiento migratorio del altiplano a la precordillera, que realizó el matrimonio Gómez Amaro, se generó un cambio en el trabajo de las actividades económicas: pasaron del pastoreo, cultivo de la quinua y papa, a la agricultura de hortalizas, verduras y recolección del fruto típico del pueblo de Laonzana: peras de pascua. Estas prácticas económicas tenían

una finalidad de subsistencia a nivel de consumo doméstico y de comercio en las salitreras o en la ciudad. Posteriormente, vivieron el segundo movimiento migratorio, cuyo destino fue el radio urbano costero de la ciudad de Iquique, por motivos de educacionales de dos de sus hijos menores: Ciriaco Segundo y Orlando Abel, quienes no terminaron la colegiatura ya que se enfocaron al campo laboral: Ciriaco, a las Fuerzas Armadas (Ejército) y Orlando, al comercio ambulante por cuenta propia:

Yo comencé vendiendo pan puerta a puerta por las casas del barrio donde llegamos a vivir. Yo golpeaba la puerta y les ofrecía el pan, les daba un pedacito para que probaran, les decía que volvería al día siguiente y me dijeran si querían comprar. Fue pan porque eso sabíamos hacer, mi mamá en el pueblo hacía el pan para la casa, para comer y ahora podíamos hacer para vender. Ya no estábamos en el pueblo donde teníamos lo que daba la tierra, teníamos que trabajar en otra cosa... mi mamá se trajo sus gallinas y las tenía en el patio de la casa. Ahí vivíamos todos, somos seis hermanos, los mayores vivían aparte. Así comenzamos... (Orlando Gómez Amaro, conv. pers. Iquique, año 2020).

Esta forma de organizar la unidad doméstica en la ciudad no es exclusiva de la experiencia familiar de los comerciantes. Desde un punto de vista histórico, tiene sus precedentes en la construcción de Estado – nación, donde las políticas republicanas apuntaron al desarrollo de la autonomía de las unidades familiares por sobre las comunitarias, pensando en la noción de progreso a nivel nacional y local (González, Gundermann e Hidalgo, 2014). Desde un punto de vista antropológico, se observa que la relación con la naturaleza caracterizada por la movilidad geográfica facilita estrategias de adaptación frente a nuevos contextos sociales, económicos y culturales propios de la migración campo – ciudad (Martínez, 1981; González, s/f; González, Gundermann e Hidalgo, 2014).

La interacción diversificada de los nichos ecológicos tarapaqueños presenta actividades económicas típicas del altiplano expresadas en su cultura material dentro de una cronología precolombina (Núñez, 1974). Cabe destacar, desde una perspectiva arqueológica, la relación ser humano – naturaleza a través de la movilidad geográfica, data del periodo Paleoindio en el Norte de Chile (Rivera, 1990): *“el modelo de transhumancia ha sido*

*aplicado allí donde existe la posibilidad de interacción de diferentes ecozonas en una dirección Este – Oeste, a través de los Andes”.* (p.561).

En cuanto a la experiencia de vida de los comerciantes, el padre y la madre vienen de una tradición de tecnología andina hecha a fuerza humana, para una economía doméstica y de intercambio comercial de subsistencia. Este género de vida se dedica al pastoreo de camélidos, cultivo de quinua y producción de tejidos, en el caso del género femenino (madre), y curtidores de cueros de animales en el caso del género masculino (padre). En el caso del padre se agrega su conocimiento en música de un instrumento típico andino, la quena y su participación en la agrupación *Sierra y Pampa de Kalatambo Albarracín*. Un estudio de la socióloga Patricia Provoste (1980), al referirse a los pueblos del altiplano de Tarapacá, permite reconocer la relación del comercio tradicional con el autoconsumo y subsistencia:

El pastoreo es la actividad más importante, porque en ella se ubica la mayor masa de recursos (pastos y animales), porque es la principal fuente de obtención de productos externos —ya sea por trueque o compraventa— y porque sus productos y subproductos proveen de la mayor cantidad de bienes de autoconsumo, tales como el cuero, tejidos y trenzados en gran variedad, el guano y hasta algunos huesos que sirven de herramientas. (p. 127)

Otro recurso cultural de la familia era la lengua materna, el matrimonio era hablante aymara, actos de habla que negaron transmitir a sus hijos e hijas para evitar prejuicios en las relaciones sociales con otros grupos culturales, sobre todo, en el contexto urbano de Iquique, ciudad escogida para inmigrar: *“El Ángel nació en Puchurca, pero Puchurca es un caserío de Laonzana, por eso nosotros somos Chiguanko y por eso los negocios se llaman así. De Cariquima son los abuelos, mi papá, mi mamá.”* (Orlando Gómez A., conv. pers., Iquique, año 2020). En la adultez, los hermanos Gómez Amaro junto a un sobrino (el hijo mayor de la hermana mayor) formaron el año 2015 la “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.”, negocio conocido por el público del Terminal Agropecuario Iquique, como *Negocio El Chiguanko*. Este nombre está escrito en la parte superior del local comercial del siguiente modo: “Supermarket El Chiguanko”. Este nombre viene del año 1997, fecha en que constituyen un negocio de autoservicio, el único de prestación de servicio

para el público del Terminal Agropecuario con esa característica. Esta forma de compraventa fue hasta el año 2000, fecha en que cambiaron la modalidad de atención al público con mesón, vendedoras y emparadoras, manteniendo la razón social hasta el año 2014 la cual se denominaba: “Sociedad Comercial Gómez Amaro Ltda.”, con el giro comercial de abarrotes y rotisería.

A modo de comentario preliminar se observa que la cultura de las prácticas y saberes económicos pueden variar según la relación ecológica del territorio habitado. Aún llama la atención que la identidad cultural por lugar de origen se mantiene a pesar de los cambios culturales, económicos o de residencia. En este punto es preciso destacar la reflexión de Isabel Geisse (2018), en su tesis sobre artesanos y comercio, donde sostiene que las prácticas económicas obedecen a decisiones culturales, ya que están sujetas al género de vida de las personas. En el caso de este estudio, está dada por la cosmovisión andina: unión chachawarmi y el cuidado de la unidad doméstica en la ciudad.

También se observa desde un punto de vista patrimonial que son los recursos arqueológicos, culturales (parentesco) y sociales (movimientos migratorios), los que van aportando en la comprensión de cómo se construye el conocimiento acerca de la gestión del comercio tradicional. También estos recursos evidencian el cambio del trabajo, de técnicas manuales a la oferta de un servicio de productos ya elaborados (abarrotes), pero conservando y difundiendo la micro identidad auto reconocida por los comerciantes del negocio de este estudio de caso. En este sentido, cabe destacar el concepto de “desterritorialización” que plantea Claudio Celis Bueno (2017), para señalar que dentro de una misma unidad territorial (sea una comuna, un poblado o un barrio) existen diferencias internas que son necesarias visibilizar para disminuir desigualdades. Se trata de micro identidades que dan cuenta de una diversidad mucho más amplia, dentro de un mismo contexto territorial.

### **6.2.1. Comercio por lugar de origen: La Quebrada de Tarapacá**

De acuerdo con la experiencia de vida de los comerciantes del negocio “*Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.*”, el lugar de nacimiento y crianza es en una comunidad andina ubicada en el nicho ecológico, parte baja de la precordillera de la Quebrada de Tarapacá perteneciente a la Comuna de Huará, Provincia del Tamarugal. El pueblo se llama Laonzana.

La Quebrada de Tarapacá es un nicho ecológico de precordillera y de conexión entre el altiplano y la costa. Está compuesta por veintiocho pueblos aproximadamente y se caracteriza por una producción agrícola y frutal en algunos poblados. La población es adulto mayor, principalmente, y convive con migrantes de origen boliviano en edad productiva. Son estos los que llegan a trabajar en agricultura. Entre los precedentes arqueológicos, Tarapacá presenta el cambio de las prácticas económicas de cazadores-recolectores al del surgimiento del trabajo agrícola:

En el distrito Caserones (Quebrada de Tarapacá) hemos excavado una muestra de cien individuos para iniciar un estudio de enterramientos tempranos en proceso de agriculturación. Tarapacá-40-A, demuestra que una comunidad de cazadores-recolectores-cultivadores, había iniciado prácticas de cultivos de calabazas, zapallos y posiblemente quinoa en el fin de la quebrada mencionada, con aprovechamiento estacional de las cosechas de vainas de algarrobos y otros árboles nativos. (Núñez, 1974, p.130)

El pueblo de Laonzana cultiva hortalizas como la zanahoria, cebolla, cebollín, ajo, maíz y las siguientes verduras: lechuga, acelga, espinaca. Entre sus costumbres está la celebración de la fiesta patronal “Señor de Laonzana” (fiesta religiosa de pentecostés), Pascua de Reyes (celebrada el 06 de enero) y otras celebraciones relacionadas a la construcción de Estado – Nación (Fiestas Mayas y Fiestas Patrias). La relación ser humano - medio ambiente, formó culturalmente a los comerciantes de la Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., a trabajar desde su infancia en labores de complementariedad al trabajo de sus

padres y hermanos/as mayores, en el cultivo de la tierra. Este trabajo era de carácter familiar y autogestionado (trabajo por cuenta propia):

Tú me vas a acompañar, porque eres el hombre de la casa. Así me decía mi mamá cuando yo era niño y me subía a un burro cargado con sacos de hojas de coca que ella iba a vender a los salitreros de la pampa. Yo era chico, tenía menos de cinco años, pero me acuerdo, tengo memoria del trabajo que hacía mi mamá y yo tenía que ir con ella. Una vez vio pasar un cóndor y dijo: ¡Mallku! Hay que rezar, paró un rato, se arrodilló y dijo que nos iría bien porque el cóndor era buen augurio, él nos protegería. (Ciriaco Gómez A., conv. pers. Iquique, año 2019).

Los lugareños de este pueblo andino son reconocidos bajo la nominación de “Chiguanko” o “Chiguanko Comepera”. Este nombre se debe a que en la naturaleza del pueblo existe un ave típica (zorzal) que se alimenta de peras de pascua, un fruto típico que antiguamente se producía en las laderas de las tierras de cultivo y era recolectado por las familias para vender en el radio urbano de la ciudad de Iquique. Esta nominación ha sido ocupada por los comerciantes Gómez Amaro para identificar al negocio hacia el mercado local y el público. Es una marca registrada.

El hombre de precordillera y quebrada trabaja especialmente la tierra, vale decir es más agricultor que ganadero. Su actividad agrícola la realiza en pequeñas cajas de ríos, utiliza el sistema de terrazas para el cultivo agrícola, aprovechando de esta manera la difícil topografía del terreno. (Carevic, 2000, p. 155).

Observo que el conocimiento sobre las técnicas de comercio, son experiencias de vida que vienen desde la infancia y se elaboran al interior de la unidad doméstica, siendo la familia ascendiente un referente de transmisión del ejercicio del comercio y las creencias asociadas a él. Se puede sostener que, para los comerciantes de la Sociedad Comercial Valle Verde, la familia es una institución que forma parte de las prácticas y saberes económicos, es la dimensión simbólica e intangible que articula el valor del trabajo y motiva el ejercicio del comercio tradicional: *“Es una jornada agotadora pero me reconforta el hecho de ver que*

*mis negocios funcionan. Disfruto darle a mi familia lo que necesita. Me encanta llegar a mi casa y ver el desorden que tienen mis hijos.”* (Orlando Gómez A., Diario La Estrella, sin fecha).

### **6.2.2. Comercio por lugar de residencia: Ciudad de Iquique**

La ciudad de Iquique presenta diferentes tipos de mercado según los productos a ofrecer. Desde el comercio artesanal, están el trabajo de los pescadores que venden sus productos marinos principalmente en dos caletas: Riquelme y Cavancha. Fuera del radio urbano se agrega la playa “Los Verdes”, que cuenta con restaurantes. Otro tipo de mercado es el Mall y los supermercados. Un referente en comercio tradicional e industrial, son las pesqueras y la Zofri S.A., que incluye una gran diversidad de productos importados (vestuario, loza, alimentos, artículos electrónicos, etc.). Por su parte, desde el comercio agropecuario está la Feria Itinerante, el Mercado, el Terminal Agropecuario Iquique (TAISA) y el Terminal Agropecuario Sur. En lo que respecta al Terminal Agropecuario, también conocido como “El Agro”, uno de los comerciantes de la Sociedad Comercial Valle Verde Ltda. recordó:

Cuando el Terminal se trasladó a su actual plaza de Avenida Progreso, nació el primer puesto de venta bajo el nombre de Chiguanko, que es un pájaro que había en mi pueblo de Laonzana. Chiguanko entonces es como le llamaban a mi pueblo. Bueno, en el nuevo Terminal, por allá por el año 1977 empecé vendiendo verduras y luego pasé a los abarrotes, hasta lograr la bodega grande llamada El Chiguanko, y después vino el restaurante Chiguanko en el cual trabajo asociado con mi sobrino Ángel. A la vez tengo otros negocios con mi hermano Ciriaco. Hemos comprado acciones en el Terminal, cuya plusvalía se ha valorizado enormemente por la importancia que ha alcanzado el terminal. En fin, pienso que con la constancia he logrado todo esto. Mi infancia fue muy humilde y desde entonces tuve inquietudes por conquistar una solvencia económica para mis seres queridos. (Orlando Gómez A., Diario La Estrella, sin fecha).

El esquema de ventas en el centro comercial es similar en cada local. Su atención es de tipo presencial, llevada a cabo por el personal de ventas. La venta y la entrega de la mercadería se realiza sobre mesones y hay un servicio de “carros” que consiste en hombres o mujeres que cargan las compras de los clientes, en unos carros metálicos para llevarlos al destino que les diga el comprador (parada de taxis, estacionamiento, otro). Francisca Palma Arriagada (2013) en su tesis de periodismo sobre crónicas de Iquique, describe:

Tras los mesones de cada negocio, mujeres y jovencitas vestidas de delantales con marcas auspiciadoras o bordados con el nombre del local, están atentas a los pedidos de los caseros. Ellas buscan los productos solicitados y los van dejando en montones que finalmente empaquetan en cajas o en bolsas. Ahí entran los cargadores que muchas veces ayudan a llevar estas compras a destino. Todo este proceso es atentamente vigilado por gatos que están acostados floja o sensualmente sobre los mesones, presentándose como un buen signo, como los prevencionistas de un riesgo más importante: la presencia de ratones. Así, caseritos y caseritas compran huevos en la huevoteca o un display de arroz en “El quemadito”, del comerciante Manuel Tirado, donde, como dice su eslogan, “donde hubo fuego, ofertas quedan”, o puchero en las carnicerías para preparar la deliciosa calapurca. (p.62)

Cabe destacar que el Terminal Agropecuario es reconocido por su oferta de producción local, de los diversos pueblos de valles y quebradas interiores. En el caso de los comerciantes en estudio, la oferta es de abarrotes y carnes. Y si bien su trabajo ya no es de producción manual, basada en la agricultura, conservan las técnicas de atracción del público y el orden con las cuentas para generar utilidades con sus ventas, razón por la cual el trabajo por cuenta propia requiere de dedicación y apoyo familiar para sostenerlo en el tiempo. En la ciudad estos comerciantes son reconocidos como “Chiguankos”, lo que hace notar que el cambio en el tipo de producto ofrecido no altera su identidad cultural.

### **6.2.3. Comentarios de la relación ecológica rural y urbana**

Con la información expuesta, para los comerciantes de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda. se observa un cambio en la relación con la naturaleza. Este cambio obedece a

una decisión cultural (alianza matrimonial) y al proceso migratorio que viven como familia. La relación con la naturaleza y la ciudad se sostiene en base a los saberes aprendidos en el pueblo, se valen de los recursos alimenticios que oferta la ciudad para preparar con sus manos un alimento que puedan vender como medio de subsistencia: el pan. Se observa también, que los recursos típicos de la naturaleza del lugar de origen de estos comerciantes son ocupados en la ciudad desde la oralidad y como autorreconocimiento a su ascendencia ecológica. El ave es un elemento simbólico, utilizado como imagen sonora en el nombre de fantasía con el cual el público identifica el negocio que han creado: “El Chiguanko”.

### **6.3. Comerciantes y su relación con el mercado**

#### **6.3.1. Contexto de mercado**

El periodo de ejercicio etnográfico en trabajo de campo, corresponde principalmente al año 2019. En este tiempo, los comerciantes del negocio de “*Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.*” se encontraron con dos situaciones que alteraron su flujo de compraventa en el Terminal Agropecuario: la dinámica del crecimiento económico a nivel nacional y “*el estallido social*”, crisis de cambio cultural manifestada inicialmente en Santiago y posteriormente experimentada en las demás regiones del país:

En 2019 la tasa de crecimiento de la economía de Chile experimentó una caída y pasó del 4,0% en 2018 al 0,8%, debido al menor dinamismo de la demanda interna y externa. Si bien se esperaba un repunte en la actividad a partir del segundo semestre del año, el estallido social iniciado en octubre profundizó la desaceleración del consumo y de la inversión. La disminución del volumen de comercio internacional, junto con un menor precio del cobre a causa de las tensiones comerciales entre China y los Estados Unidos, han repercutido en la caída de las exportaciones en comparación con 2018. (Cepal, 2019, p.1)

Puntualmente, de la crisis social el historiador Mario Garcés (s/f) señala:

El sábado 19, con estado de emergencia en ejercicio, las manifestaciones tomaron un doble giro: a) junto a la expresión pública del malestar mediante caceroleos y manifestaciones en plazas y grandes avenidas, se multiplicaron los saqueos a supermercados y farmacias; y b) la protesta se extendió a las

provincias y se hizo nacional, de norte a sur del país, al menos desde Iquique hasta Punta Arenas, con mayor intensidad en Valparaíso y Concepción, las dos ciudades mayores después de Santiago. (p.02)

En este periodo de trabajo de campo etnográfico, la actividad económica a nivel local, durante el primer trimestre del año, el empleo en la ciudad de Iquique tuvo una tasa de ocupación del 55,6%, destacando los trabajadores por cuenta propia con un 10%, en relación con otros tipos de ocupación (INE, 2019). Este tipo de trabajador es significativo para el comercio del Terminal Agropecuario, ya que en el caso de los comerciantes de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda. tienen en su clientela habitual hombres y mujeres que trabajan de forma independiente, con almacenes en los barrios donde viven, o en el rubro de preparación de alimentos (sushis, venta de comida al paso, almuerzos y restaurantes).

Aun así, el comercio minorista en este período presentó en la región un decrecimiento mensual del 0.2%, debido a la disminución del abastecimiento de productos alimenticios, recreativos y culturales (INE, 2019): *“Mi preocupación es que han bajado las ventas. Aquí hacemos gráficos mes a mes y ahí se nota como han ido bajando. Las secretarias hacen este trabajo, está dentro de sus deberes, yo se los pido y ellas me van mostrando lo que vende el negocio en el mes.”* (Socio de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., 2019). De acuerdo con la revisión de archivos internos del primer trimestre de los años 2017 al 2019 efectivamente, se detectó un descenso en las ventas de abarrotes para el año 2017 el cual se cuatriplicó del año 2018 al 2019. La sección de rotisería también presentó una baja en las ventas de un 20% aprox. del año 2018 al 2019.

En este periodo, desde un punto de vista organizacional del negocio, se observa en el esquema de trabajo de ventas lo siguiente: falta de precisión en la definición de costos/utilidades y comunicación asertiva con el área administrativa para los efectos en las Facturas de Compra y Notas de Crédito. Otro punto detectado, estuvo dentro de la red del personal de trabajo, específicamente en la figura de “Supervisor”, un rol de diversas labores (principalmente revisar el ingreso y egreso de mercadería, y realizar los “pedidos” de compra con los vendedores de empresas proveedoras del negocio). En este rol faltó una distribución equitativa de las labores a realizar entre los supervisores, lo que generaba una sobrecarga laboral en el rol para uno de ellos. En labores administrativas de la supervisión, se mantuvo

constante la tardanza en gestionar la obtención de Notas de Créditos por Facturas de Compra mal escritas.

En cuanto al segundo momento etnográfico significativo para este estudio, el “estallido social” en Iquique afectó la atención al público de supermercados y multitiendas, ya que fueron saqueadas y cesaron sus labores de servicio de compraventa: *“A partir de octubre, se agrega la incertidumbre derivada de la crisis social, a raíz de la cual ha habido una salida de capitales, con lo que el tipo de cambio ha superado los 800 pesos por dólar.”* (CEPAL, 2019, p. 2). No obstante, el comercio del Terminal Agropecuario se mantuvo vigente de forma constante, pero con dificultades en la oferta de sus productos alimenticios, ya que los comerciantes del Terminal Agropecuario no podían ser abastecidos de acuerdo con el volumen que solicitaban habitualmente y, al hacerlo, era con alza de precios y en una cantidad reducida para que pudiera alcanzar a mayor cantidad de comerciantes de este centro comercial:

Una preocupante e inquietante noticia entregaron los locatarios del Terminal Agropecuario de Iquique, al anunciar el alza de precios en diferentes alimentos, por el aumento del precio del dólar. Este efecto, trajo consigo que el precio de las importancias como el azúcar, arroz, fideos y hasta el pan subieran su valor, y tiene relación con que el pasado 28 de noviembre el precio del dólar llegó hasta los \$840 pesos. La supervisora de Comercial Valle Verde Limitada del Terminal, comentó que antes “el azúcar lo vendíamos a \$550 y ahora lo tuvimos que subir a \$600. Ya la próxima semana vamos a tener que tirarnos a \$700. Se nos acaba el azúcar y vamos a tener que comprar azúcar nueva y va a estar más cara. El arroz es lo mismo, antes lo vendíamos a \$1.000 pesos y ahora a \$1.200. Esto va aumentando día a día”, dijo a la Estrella de Iquique. (elboyaldía, 2019).

Cabe destacar que durante el periodo del estallido social diversos centros comerciales de la ciudad cerraron y fueron *saqueados*, mientras que el Terminal Agropecuario estuvo excluido de estas manifestaciones, se desconoce con mayor precisión a qué se debió la decisión de los manifestantes de no agredir este establecimiento comercial.

Con lo expuesto anteriormente (sin ser concluyente), el periodo de estudio tuvo para los comerciantes del negocio un motivo externo y uno interno frente a las llamadas “ventas bajas”. El primero guarda relación con la situación de crecimiento económico que presentaba

el país en ese momento, que sin duda afectó realidades más específicas y locales como la que se expone en este apartado. El segundo motivo tiene un alcance que viene desde dentro del negocio, en el modo de cómo se gestionaba el abastecimiento. En este punto es donde toma relevancia la experiencia adquirida sobre el comercio, ya que el administrador (socio fundador de esta empresa) y accionista del Terminal Agropecuario no encontraba una solución definitiva a este problema. No obstante, quedaba la inquietud de qué decía la historia de vida del negocio, ya que anteriormente pudieron haber pasado situaciones similares y cómo las superaron. En lo práctico, se propuso desde la Etnografía Colaborativa trabajar para potenciar el trabajo en conjunto, a través de gestiones de coordinación en terreno, de tal modo poder generar un correlato entre las acciones realizadas en supervisión y administración, que logran aportar a seguir las indicaciones del administrador, además de considerar iniciativas del personal para ejecutar acciones que fortalecieran las ventas del negocio.

En esta instancia se organizó mensualmente durante el segundo semestre del año 2019 el sorteo de una canasta familiar para el público y una canasta familiar para la vendedora que atendió a dicha familia o cliente. Mediante esta actividad las vendedoras del negocio manifestaron una desigualdad en la oportunidad para vender según el rango de antigüedad entre ellas, ya que los clientes habituales solo eran atendidos por las vendedoras más antiguas lo que afectaba en su motivación para participar en la difusión del sorteo.

Otras actividades realizadas fueron el mejoramiento de repisas de exhibición de productos de abarrotos, celebración de cumpleaños de los trabajadores/as y celebración de navidad. Todas ellas se organizaron con el encargado de bodega y secretarías del negocio, las dos últimas actividades mencionadas fueron iniciativa del personal del negocio. Estas actividades se realizaban previa autorización del administrador y se organizaba mediante cuotas y cooperación entre los trabajadores para preparar la coctelería.

Por último, para este apartado, considerar los saberes orales sobre las técnicas de gestión en el comercio tradicional del Terminal Agropecuario de Iquique fortalece la creación de propuestas prácticas y concretas, que ayudan a resolver problemáticas socioeconómicas a través de recursos patrimoniales como lo es la recuperación de la memoria histórica de una experiencia significativa para los comerciantes del “Agro”. También cabe destacar que en

este contexto se manifiestan las diferencias internas entre vendedoras y como ello ejemplifica una cultura organizacional según el género y la antigüedad en el trabajo.

### **6.3.2 Técnicas de gestión vivenciales en comercio tradicional no artesanal**

La Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., es un negocio cuyo giro comercial es venta de abarrotes, carnicería, rotisería y lácteos. Está establecido en la ciudad de Iquique, en el sector conocido como: “Sector del Agro”. Forma parte de los locales pertenecientes al Terminal Agropecuario Iquique S.A. y se ubica en el área del segundo pasillo del centro comercial, llamado: “Minoristas”. Este sector es reconocido por los comerciantes del Terminal como “la venta al detalle”, es un sector donde se encuentran locales de rubros de abarrotes, carnicerías y especies de frutos secos y aliños.

El negocio fue constituido el año 2015 en la ciudad de Iquique por tres varones emparentados: dos hermanos y un sobrino, todos de generación adulta (en el rango de 40 años al momento de la creación del negocio), el sobrino de edad más joven (en el rango etéreo de 30 años). Los tres están casados con hijos e hijas en edad escolar al momento de la constitución del negocio, sus señoras trabajaban junto a ellos.

Cabe destacar que el negocio Sociedad Comercial Valle Verde, forma parte de un conjunto de negocios los cuales son reconocidos en la ciudad como “El Chiguanko”. Estos negocios sus dueños están emparentados y están dirigidos al rubro de los alimentos manufacturados (abarrotes) y se distribuyen en el centro comercial del siguiente modo: “Sector Mayoristas”, “Sector Minoristas” y “Sector Especiales”. El local del sector mayorista se encarga de distribuir a otros comerciantes del Terminal, a través de vendedores en terreno, la mercadería que adquiere de las empresas nacionales e importadas por Zofri. En el caso de los productos importados el negocio mayorista del Chiguanko ha generado sus propios productos manufacturados bajo el nombre: “La Nortina”, “Chanavayita” y “Playa Brava”, todas nominaciones relacionadas a la naturaleza de la ciudad (costa) y ubicación territorial (zona norte). En el caso del negocio Sociedad Comercial Valle Verde es abastecido principalmente por El Chiguanko del sector mayorista, aunque se complementa con otros

proveedores de Zofri y de empresas nacionales (estas compras dependen de los precios ofrecidos por sus vendedores, el administrador pide a sus encargados negociar precios). Tiene en su oferta alrededor de 3000 productos en variedad de tipo, gramaje y marcas en abarrotes y útiles de aseo. A esta cantidad y variedad de productos se agregan las ofertas de fiambres, carnes y embutidos, los cuales también son de origen nacional e importados por Zofri. Respecto al funcionamiento del abastecimiento con proveedores externos al “Chiguanko” un vendedor de productos nacionales relató:

El negocio fue un caso, fue tema de reunión para nosotros. No era posible que un negocio más chico estuviera quitando clientes a una empresa más grande como es donde yo trabajo, ¿cómo era eso posible? Yo les conversé que no podíamos venderle a ustedes porque ustedes compraban más barato a un negocio de acá mismo. Vimos el modo de cómo atraerlos nuevamente, fue tratándolos como mayoristas, en ese nivel, aún sean de venta al detalle. No se había dado eso antes, que un negocio más pequeño se llevara nuestra clientela, si nosotros somos más grande y le vendemos a él. (conv. pers. marzo 2019)

Esta competencia de precio se debe a que el negocio mayorista “El Chiguanko” ofrece sus productos a precios especiales a los comerciantes del negocio “Valle Verde” debido a que son familia y por lo mismo están sujetos a una gestión de compra diferente a de los proveedores externos al “Chiguanko”. En cuanto a las técnicas de gestión comercial existen dos líneas de trabajo: una administrativa y otra de tipo logística. En la logística se identifican dos etapas tanto para abarrotes y carnes: abastecimiento y venta. Estas dos etapas se pueden detallar en los siguientes pasos: 1) compra de mercadería (“pedido”); 2) recepción de mercadería (“descargar”); 3) guardar en bodega (“hacer filas”), 4) reponer en repisas (“rellenar”) y 5) vender. En el caso de las carnes la recepción se trabaja con una pesa para confirmar en el momento los kilos facturados con lo recepcionado físicamente.

### Labores logísticas por roles para abarrotes y lácteos

Labor	Encargado/a
“Pedido”	Supervisora
“Descarga”	Bodegueros
“Hacer filas”	Bodegueros
“Rellenar”	Vendedoras
Vender	Vendedoras

Fuente: Trabajo de Campo año 2019.

### Labores logísticas por roles para rotisería

Labor	Encargado/a
“Pedido”	Rotisero de mayor antigüedad en el negocio
“Pesar y recibir”	Rotisero antiguo (pesa)
	Supervisora o Supervisor (apunta peso y compara con factura)
	Rotiseros (reciben productos pesados)
“Guardar en cámaras”	Rotiseros
“Reponer en vitrinas”	Rotiseros
Vender	Rotiseros

Fuente: Trabajo de Campo año 2019.

Cabe destacar que, en el caso del abastecimiento con el Chiguanko mayorista el proceso de gestión es diferente. Comienza primeramente en la mañana con un inventario (se ocupan listas de productos según cómo esté distribuida la mercadería en diferentes las bodegas del Chiguanko mayorista, cada una de ellas tiene un denominación que es familiar sólo para los trabajadores del negocio) de la mercadería en bodega (esto también se hace con la compra a los otros proveedores), luego se llama al encargado de bodega del Chiguanko para confirmar listado de productos a pedir (El Chiguanko mayorista trabaja varios lugares como bodegas distribuidos en el Terminal y fuera de él). A continuación, viene la preparación de documentos (apuntar en “Notas de Venta” para productos nacionales y lista

anexa para productos importados) y tramitar estos documentos en el negocio mayorista de “El Chiguanko”. Posteriormente, con los documentos autorizados por la administración del negocio mayorista se procede a “juntar” la mercadería y retirarla en un camión para “cargarla”. En la tarde, alrededor de las tres treinta de la tarde (después del almuerzo) comienza la “descarga” y “apilar” la mercadería. El abastecimiento con “El Chiguanko” es de lunes a viernes y tiene una ruta previamente acordada por los socios del negocio (según el día está definido a qué hora y bodega se va).

### Proceso de abastecimiento con “El Chiguanko” (local sector mayorista)

Labor	Encargado
Inventario	Bodegueros
“Confirmar”	Jefe de Bodega / Bodeguero designado
“Hacer Nota de Venta” y lista anexa	Secretarias o Jefe de Bodega
Tramitar documentos	Secretaria
“Juntar mercadería” y “Cargar”	Jefe de Bodega y bodegueros
“Descargar y Apilar”	Jefe de Bodega y Bodegueros

Fuente: Trabajo de Campo, año 2019.

En la línea de trabajo administrativa se concentra la revisión y elaboración de diversos documentos según las labores a realizar por las secretarias (tienen un plan de trabajo con labores diarias, quincenal y mensual). En lo que respecta a la línea logística las secretarias revisan los precios de facturas de compra y se encargan de actualizarlos (“bajar” o “subir” precios) de acuerdo a la orden dada por el dueño- administrador del negocio y posteriormente, entregar estas actualizaciones de forma impresa a las vendedoras y supervisores. En cuanto a las ventas revisan “Vales de Venta” de las vendedoras, constatando descripción del producto, cantidad, precio y sumas que estén correctamente cobradas de acuerdo a los precios de una carpeta de venta que ellas manejan (los productos tienen precios unitarios, por cinco unidades, por caja y ofertas especiales). El socio que está a cargo del negocio se encarga de revisar estados de cuenta bancarios, autorizar cambios de precios, pagar sueldos, pagar

facturas de compra, pagar “Notas de Ventas” del Chiguanko mayorista, revisar gráficos de venta de abarrotes y rotisería.

Otra labor logística de las vendedoras corresponde ir a retirar los almuerzos, el aseo del baño, aseo de piso del sector de repisas de abarrotes y limpieza de estanterías y mercadería en exhibición. También eran las encargadas de hacer rotación de mercadería de las estanterías y revisar vencimientos de dichos productos. Estas labores debían ser revisadas por los supervisores y existe un rol de sistema de turnos para aseo y mantención de repisas.

En el tema de las ventas, para el socio administrador del negocio las ventas son bajas porque son oscilantes y la diferencia entre lo comprado y lo vendido no deja utilidad, solo cubre gastos operacionales. El cálculo de las utilidades se realiza en dos etapas:

#### **Cálculo de Utilidades según Documentos Tributarios. Compromisos comerciales**

Etapa 01:
$\text{Ventas (Boletas + Facturas)} - \text{Compras (Facturas Nacionales + Facturas de Importación)} = \text{Resultado 1}$
Etapa 02:
$\text{Resultado 1} - \text{Gastos Operativos} = \text{Resultado Final (pérdida o utilidad)}$

Fuente: Trabajo de campo, año 2020.

Frente al tema de las “ventas bajas” planteadas por el socio que administra el negocio, se realizó una reunión con el socio más joven donde se resolvió realizar durante el segundo semestre un sorteo mensual de una canasta familiar para el cliente ganador/a por la compra de detergentes marca Bio y un bono por venta para las vendedoras según cantidad de detergente vendido (criterio inicial) y según número de clientes atendidos (criterio posterior). Esta idea propuesta por el socio más joven del negocio sería financiada por el negocio “El Chiguanko” (mayorista). Esta actividad era organizada mensualmente en

calidad de ayudante del administrador como también en calidad de etnógrafa a la vez. Se hicieron dos informes previos y se entregó un informe final donde entre otros hallazgos se pudo identificar los clientes habituales del negocio (compra diaria y semanal). Sin embargo, los informes no fueron validados por el administrador debido a su visión sobre el trabajo: *“no me gusta el papel, prefiero lo práctico que se hagan las cosas. No es necesario hacer los informes. Acá el papel es para ciertas cosas no más.”* (conv. pers. septiembre 2019).

En los resultados de esta actividad se halló un incremento en las ventas en relación con el primer semestre del año 2019, sin embargo, no hay certeza si este incremento corresponde exclusivamente a la actividad mencionada u operan otros motivos que no fueron detectados en el momento. Si bien no existe un registro previo de ventas del Detergente Bio Frescura se observó mediante la atención de público que el primer semestre la demanda por detergentes era principalmente dirigida a los productos Unilever siendo sus principales compradores clientes con giro comercial; puntualmente, durante el mes de mayo y junio del año 2019 en un universo de diecinueve clientes, dos compraron Detergentes Unilever y una cliente compró Detergente Bio Frescura. Posteriormente, entre los meses de julio a diciembre del año 2019 hubo un incremento directamente proporcional entre la venta mensual total del negocio y la venta de detergentes Bio Frescura por unidad y clientes atendidos, siendo la mayor venta el último trimestre del año 2019. Específicamente, en un universo de diecinueve clientes fidelizados a la “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.” se observó que se mantuvo la demanda por la compra en Detergentes Unilever mientras que aumentó la demanda de una a once clientes en la compra de Detergente Bio Frescura. El público comprador correspondía principalmente al área de servicios: almacén de barrios, preparación de comidas (informal y restaurant).

Otro hallazgo como resultado de esta actividad fue qué toma mayor relevancia en la sostenibilidad de un negocio: ¿vender más cantidad, pero concentrado en menos familias? o ¿vender menos cantidad, pero llegar a más familias? Para el socio auspiciador de esta actividad era conveniente llegar a más familias, ya que es un proceso de venta que no depende de un grupo determinado para la subsistencia del negocio y porque el negocio minorista está hecho para llegar a los hogares, comerciante de negocio de barrio. En este sentido una estrategia que realizan las vendedoras es el uso del listado de compra por whatsapp para

posteriormente que el cliente vaya a pagar y retirar. Otra práctica comercial es vender artículos alimenticios a clientes que trabajan la preparación de alimentos, quienes llegan posteriormente con colaciones o dulces para vender en el mismo Terminal Agropecuario.

En las ventas del año 2019 según documentos tributarios (boletas, facturas de venta y notas de créditos) la venta más baja fue en el mes de abril y la más alta en el mes de diciembre. El cambio en las ventas como lo sostiene el socio administrador del negocio lo hace desde una perspectiva de la subsistencia financiera (ingresos y egresos) mientras que para el socio más joven está también la creencia de lo que el comerciante entrega al negocio para que éste surja: *“Tío, tienes que hacer un cariño al negocio y él negocio te va a dar. Si tú le das uno, el negocio el doble te va a dejar pero le tienes que dar. Mira el piso de tu oficina, ¿hace cuanto tiempo que no lo arreglas? El trabajo de los abarrotes es un negocio muy noble porque siempre te va a dar, la alimentación es algo que no puede faltar.”* (Socio-Sobrino de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., conv. pers. año 2019). Esta perspectiva refleja una visión de mundo en torno al comercio tradicional y se vincula con la cosmovisión andina, de cómo el ser humano se relaciona con su entorno, la naturaleza y los recursos que ella puede ofrecer aun cuando ya no sea en la tecnología de origen agrícola, se mantiene el pensamiento, pero aplicado a otras prácticas económicas: *“El “cariño” indica la relación personal del hombre con el objeto de su trabajo. Esta no es una relación fría y racional, sino que está cargada de afectividad y dedicación. Es casi en una relación de convivencia entre el Aymara y su chacra, ganado, casa, tejido, herramienta.”* (van Kessel, 2003, p.10). Hay una transformación tecnológica significativa: el paso del trabajo con las manos en la agricultura a la fabricación de productos alimenticios para ofrecer al público de la ciudad de Iquique, sin embargo, se observa que la cosmovisión se mantiene.

#### **6.4. Comerciantes, trabajadores y trabajo: sociedad del negocio “Valle Verde Ltda.”**

Antes de comentar sobre el negocio, hay una referencia a la forma de organización de los diferentes actores sociales que componen el Terminal Agropecuario:

Soy un convencido que en el Terminal Agropecuario hay vida, somos una organización que nació, creció, pasó por diferentes etapas, se desarrolló y logró ser lo que somos hoy, por supuesto con nuestros colaboradores, trabajadores, cargadores, movilizados de mercaderías, nuestros agricultores de las quebradas del interior, nuestros locatarios, y nuestros accionistas que en conjunto nos hemos preocupado por la mejora continua, con el fin de ofrecer un buen servicio y mayor comodidad para nuestros clientes” (Presidente del Directorio del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella”, 2019)

También se observa que la organización se sustenta en valores sociales de los comerciantes que son auto reconocidos y visibilizados públicamente:

Las personas del interior son muy humildes, gente de sacrificio y de esfuerzo, gente honesta y trabajadora, ese es el activo más importante que se arraigó en este grupo de personas capaz de poner por delante esfuerzo y sacrificio, honestidad y humildad para agrupación que hoy es una gran empresa y una que cumple con el rol que le corresponde, poder ganar lo justo y necesario, que trasciende hacia nuestra responsabilidad social con toda la comunidad y eso está arraigado. Mientras eso siga en incentivo creo que la empresa tiene mucho futuro” (Vicepresidente del Terminal Agropecuario. Diario “La Estrella de Iquique”, año 2019).

En cuanto a la organización social del negocio, los socios del negocio han basado su gestión en un proceso que permite identificar las siguientes instituciones: parentesco, género, antigüedad, origen. Estas instituciones forman parte del criterio de inclusión / exclusión que articulan la gestión del comercio tradicional del negocio de “Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.” Para el año 2019 el negocio contaba con veinticinco trabajadores en total, distribuidos en dieciséis mujeres y nueve hombres de las siguientes nacionalidades: peruana, colombiana, boliviana y chilena. La antigüedad estaba en una vendedora y el encargado de rotisería, ambos de origen boliviano. Los roles identificados son: vendedoras, rotiseros, bodegueros, supervisor/a, secretarias, “Jefe” y “Jefa”. En estos oficios el parentesco está entre los supervisores y la jefatura.

Se observa la existencia de una división sexual del trabajo; es decir, las labores a realizar en el negocio se organizan según el género de sus trabajadores y trabajadoras en la cual sólo el área de supervisión manifiesta un rol mixto por género. De esta forma, las ventas son un rol empleado sólo por mujeres, cuyo origen andino es en su mayoría boliviano, criterio de selección por parte del administrador. Desde la visión del Socio Administrador del negocio, el lugar de origen es un criterio de inclusión/exclusión prioritaria para los siguientes roles: vendedoras, rotiseros y bodegueros. Los roles administrativos (jefatura y de tipo logísticos pueden ser ocupados por personas de origen chileno o boliviano, de acuerdo con su género se determina su rol (administrativo = femenino; logístico = masculino).

En la dimensión intercultural, las relaciones sociales existentes al interior del negocio manifiestan la interacción que menciona Fernando Graña Pezoa (2001), referente a los bolivianos: *“Entre ellos existen diferencias, de las que destacan los denominados “collas” (pobladores del altiplano) y los “cambas” (pobladores de la sierra).* (p.1209).

Desde el punto del patrimonio cultural inmaterial asociado a la identidad, la etnia es un componente característico del Terminal Agropecuario Iquique, ya que es común que hombres y mujeres andinos se alleguen al centro comercial en búsqueda de trabajo, sean chilenos (aymaras u otro) o de Bolivia (colla o camba). Continuando con la propuesta de interacción étnica de Fernando Graña aplicada al Terminal Agropecuario se observa preliminarmente las siguientes identidades colectivas: “ariqueños”, “gente del interior”, bolivianos y peruanos. Particularmente, en el negocio, como espacio multiétnico se dan las siguientes identidades: boliviana (colla o camba), peruana (“chola”), colombiana (“parce”), chiguanko e iquiqueña.

En esta interacción multiétnica, se da la visión del encargado de bodega acerca de su experiencia de trabajo en su país de origen, Colombia, en comparación a lo que sucede en el negocio del Terminal Agropecuario, al definir el trabajo como un conjunto de labores que carecen de una economía solidaria: *“falta compañerismo como en Colombia, el esquema de trabajo es diferente. Hay una economía “individualista” que practican vendedoras y bodegueros, de rotiseros no sé, se ven diferentes. En Colombia había un tope para vender y con eso ganabas comisión entonces, tú cedías las ventas al que tenía menos y así todos alcanzábamos comisión. Aquí no hay ese pensamiento de ayudar, no quieren atender, les*

*falta identidad, sentirse parte del negocio. En donde yo trabajé nos preocupábamos de todas esas cosas. El Jefe no toma en cuenta la experiencia del trabajo anterior que uno tiene, aquí es por decisión del dueño del negocio.”* (Encargado de Bodega, conv. pers. Iquique, 07 de enero del 2020).

De acuerdo con la visión de dicho trabajador, la problemática de las ventas no estaría por el origen o procedencia de las vendedoras y bodegueros, sino que estaría dado por la categoría de clase social basada en valores sociales compartidos (compañerismo, trabajo en equipo y parentesco): *“El jefe puede decir una cosa, yo hago lo que pide y luego viene la supervisora y pide algo distinto y se enoja, dice que es la sobrina y que se hacen las cosas porque lo dice. Y después el jefe lo reta a uno. Es difícil trabajar así.”* (Encargado de Bodega, conv, pers., Iquique, año 2020). Esta manera de gestionar las labores diarias también lo sostienen las secretarias: *“Ella, llega y entra y toma las cosas sin preguntar. Nosotras no decimos nada porque ella se molesta y después no podemos hacer bien nuestro trabajo cuando necesitamos hablar con ella. Hemos tenido varios problemas con el jefe porque nos llama la atención por la revisión de precios de las facturas de compra. La supervisora pide a los vendedores sin preguntar precios y después los precios están más altos y cuando se actualizan las vendedoras ya han vendido a precio antiguo esa partida de abarrotes.”* (Secretarias, conv. pers. Iquique, año 2019). Por parte de las vendedoras manifiestan “miedo” para hablar con el jefe y plantear dificultades con la supervisión, problemas personales e inquietudes sobre su trabajo.

De lo expuesto antes, se desprenden las siguientes instituciones que articulan el negocio: parentesco, género, etnia, antigüedad de trabajadores/as. Del género como categoría de análisis: hay una perspectiva de género en la división sexual del trabajo de Valle Verde: Área Ventas (sólo género femenino), Área Bodega (sólo género masculino), Área Rotisería (mixto), Área Secretaría (sólo género femenino), Área Jefatura (sólo género masculino, Tres socios: dos hermanos y un sobrino) con apoyo femenino informal (cónyuge) y formal (parientes: sobrina e hija). De la etnia: es una categoría de acceso o negación al trabajo en el comercio tradicional del negocio. De la antigüedad: manifiestan mayor confianza para conversar con el “Jefe” dificultades o problemas personales. Del parentesco: manifiesta una relación de poder desigual con relación al personal que compone el negocio.

## **6.5. Cosmovisión: visibilizar y reconocer el valor cultural del Terminal Agropecuario (TAISA)**

Con los subcampos del “campo cultural” se describió etnográficamente la construcción de las prácticas y saberes en torno al comercio tradicional no artesanal que ejercen un grupo de comerciantes del Terminal Agropecuario, visibilizando entre sus recursos culturales el proceso de formación de este oficio. Si bien este proceso se puede asociar a la revisión de lo que entiendo por patrimonio cultural inmaterial, el concepto no está incorporado verbalmente por los comerciantes, sin embargo, se puede desprender a partir de sus prácticas económicas y cosmovisión acerca de la gestión que realizan para el comercio tradicional que ofrecen al público en la ciudad de Iquique.

En este sentido, a través del estudio de caso, puedo sostener que los conocimientos y técnicas en gestión de comercio tradicional del Terminal Agropecuario son un proceso de formación realizado durante el ciclo vital de los comerciantes el cual comienza en su infancia y se consolida en la adultez. La familia es una institución que define esta formación en cuanto a la visión de mundo en torno a la economía. Otra institución es la unidad territorial (sea como lugar de ascendencia, procedencia o residencia), ya que condiciona los saberes y conocimientos empíricos aprendidos mediante técnicas y tecnología establecida de acuerdo con el lugar que habitan, la relación con la naturaleza que sostienen como medio de subsistencia. Retomando el marco de referencia teórica, la cultura es sistémica, se define como transformación, como derecho cultural es desigual, se aplica el ejercicio de alta/baja cultura, “El Agro” carece de lo monumental, pero tiene un patrimonio de lo cotidiano (Cabezas, s/f). La definición que entrega Llorenç Prat (2005), al sostener que el patrimonio es una reflexión poliédrica (varias caras), una selección que viene de la memoria como recurso para vivir (para los comerciantes el negocio del “Agro” es su medio de subsistencia) reconoce el carácter multidimensional que puede tomar el patrimonio cultural (material o inmaterial). Desde el punto de vista del espacio, sería un “lugar simbólico”, como reconocen en México a las ferias y mercados en el marco del patrimonio cultural inmaterial. Desde un punto de vista de la gestión cultural, permite entender la cultura como la define Gabriel Matthey: *“De hecho la cultura es un flujo y reflujo continuo de energía humana, síntesis*

*entre lo establecido, lo que reposa en el inconsciente colectivo y lo que muta y/o se transforma.”* (2011, p.5).

El tema de la transformación es crucial para visibilizar y reconocer los recursos patrimoniales de una comunidad. Como lo plantea Jorge Razeto en su experiencia de gestión comunitaria, existe una tensión entre la tradición y lo moderno, no se puede dirigir a una comunidad a seguir una tradición si ellos quieren realizarse culturalmente desde otros saberes y técnicas. Aquí, hace sentido el carácter político que toma el patrimonio, ya que son los detentores de la cultura los que deciden de qué modo vivirla, siempre y cuando no atente a los derechos humanos como sostiene la Unesco (2003). En un marco metodológico, este principio facilita reflexionar en torno al lugar del profesional en gestión cultural y dar cuenta de la comunidad participante no como *sujeto de estudio*, sino como *seres políticos* en una relación horizontal con el profesional investigador. Lo primero es detectar una necesidad o problema en una comunidad para saber cómo aportar en ella a través de la co-investigación.

En medio de estas reflexiones, está la visión del Estado, quien ha integrado al patrimonio cultural dentro de las industrias culturales (Throsby, 2012). Al respecto, las industrias culturales o industrias creativas han contado con el apoyo de Sercotec, mediante el programa Capital Semilla en emprendimientos artísticos en artesanía, fotografía y artes escénicas. La empresa privada Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi también ha apoyado la artesanía, artes visuales y artes escénicas. En lo que compete al área de patrimonio, tiene el segundo lugar con un 23% de proyectos financiados para la región. El primer lugar lo tienen los proyectos de creación artística con un 30%. En cuanto a la asociatividad se sostiene:

“Mención especial merece la mesa de artesanos, cuya instancia regional se conformó el 12 de octubre del año 2008. La diferencia entre esta disciplina y las áreas artísticas es que se da en toda la región y en todas las comunas, por lo que se decidió concebir esta organización de manera territorial, pensando en mesas comunales. La primera mesa comunal fue la de Pozo Almonte, creada a finales del 2008, al año siguiente se constituyeron las mesas de Iquique y de Pica, y recientemente, en 2011 la mesa comunal de Alto Hospicio.” (CNCA, 2012, pp. 36)

En la Región de Tarapacá se reconoce como trabajo artesanal aquellos vinculados a la textilería, cerámica, madera, metal, vidrio, hueso y cuero (CNCA, 2012).

El CNCA (2012), identifica en el acervo del patrimonio cultural regional tarapaqueño a los pueblos originarios, costumbres y tradiciones, sitios patrimoniales, rutas culturales y atractivos turísticos. Organiza el patrimonio cultural de la región en seis ejes centrales, entre ellos, el patrimonio etnográfico el cual lo relaciona con tradiciones andinas como carnavales y calendario silvoagropecuario (p.50).

Hasta aquí el patrimonio cultural inmaterial se reconoce como parte de la industria cultural, sin embargo, no logra visibilizar la reinterpretación que puede tomar si se considera la perspectiva de sus creadores. Una parte del comercio tradicional estudiado queda excluido al no producir con sus propias manos lo ofertado en el mercado del Terminal Agropecuario. Esto implica reflexionar sobre la definición de las expresiones culturales que definen el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), ya que existen transformaciones sociales significativas en las comunidades que conducen a generar estrategias de adaptación cultural en contextos territoriales diversos; sin embargo, continúan generando un acervo de prácticas, saberes y conocimientos basados en su herencia cultural. En medio de esta observación, está la política cultural regional 2017-2022 donde se expresa que la ciudadanía percibe el concepto de patrimonio como parcelado y segmentado sin dar cuenta de la diversidad y amplitud de la dualidad material e inmaterial (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, s/f). Un ejemplo de ello es un estudio de post grado de magíster en patrimonio intangible realizado por Norma Araya (2021) donde sostiene que la feria itinerante cuyo mercado es el comercio tradicional agropecuario y de otros productos manufacturados es patrimonio debido que posee una identidad colectiva y una identidad del lugar que ocupan para sus prácticas económicas. Esta visión coincide con la definición de mercado de Neale (1976) citada por Isabel Geisse: *“se trata de un lugar determinado donde se reúnen las personas para intercambiar productos según normas y patrones culturales específicos de los participantes. Y no necesariamente, según un mecanismo automático e impersonal formador de precios.”* (2018, p.37). Es decir, lo particular de este comercio está en el tipo de relación que se establece en las prácticas económicas.

## 6.6. Recomendaciones

Con los antecedentes recopilados resulta relevante proponer las siguientes actividades para destacar el valor cultural que tiene el Terminal Agropecuario:

1. Una muestra fotográfica que de cuenta de las diversas actividades socioeconómicas que se practican en el espacio cultural del Terminal Agropecuario.
2. Elaborar un libro que destaque la memoria histórica del comercio tradicional del Terminal Agropecuario.
3. Elaborar un plan de acción para apoyar la gestión de solicitud del Terminal Agropecuario como patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá<sup>15</sup>.

Estas iniciativas tienen el carácter de propositivas ya que deben ser consensuadas de acuerdo con las necesidades y planteamientos emanados por criterios de la propia comunidad de accionistas o comerciantes y directorio de la sociedad anónima.

---

<sup>15</sup> Ver Plan de Acción, Anexo 08, p. 109.

## 07. CONCLUSIONES

Para poder hablar de la gestión cultural en el comercio tradicional del Terminal Agropecuario de Iquique —desde las prácticas y saberes de sus comerciantes—, ha sido necesario referirse a un amplio contexto etnográfico con elementos arqueológicos, antropológicos, históricos y sociales que han permitido entender las dinámicas económicas de este tipo de mercado. Mediante la observación directa, se pudo notar que los comerciantes en el proceso de intercambio comercial presencial manejan un modelo de gestión empírico, cuyos conocimientos se basan en la experiencia adquirida a través del tiempo, que se transmiten oralmente a sus trabajadores y parientes, de generación en generación.

De acuerdo con el estudio de caso, el comercio del Terminal Agropecuario forma parte de un tipo de mercado dentro de la diversidad de mercados que ofrece la ciudad de Iquique. Primeramente, se puede constatar por los datos expuestos que en el comercio de la ciudad de Iquique se identifica dos grandes grupos de mercados: el industrial y el artesanal. Los productos generados por ambos mercados pueden ser ofrecidos a través del comercio tradicional. Se hace referencia al concepto de “comercio tradicional” debido que el servicio ofrecido es de carácter presencial, es decir, una práctica económica que requiere una relación social cara a cara con el cliente aun cuando, dada la contingencia sociosanitaria que vive el país el comercio ha tomado con mayor fuerza las ventas por redes digitales (comercio on-line, delivery, etc.) sin dejar de considerar otro tipo de mercado más reciente de la ciudad como el Mall Las Américas y cadena de supermercados.

De acuerdo con la revisión bibliográfica, documentos periodísticos y entrevistas en trabajo de campo resumo preliminarmente los siguientes hitos biográficos en la historia de vida del Terminal Agropecuario: Comercio Itinerante (sin fecha definida de origen), Comunidad de Comerciantes (constituido el año 1979), cambio de figura organizacional a Terminal Agropecuario Iquique Sociedad Anónima (TAISA), instalación de cadenas de supermercados (década de los noventa), “crisis social” (2019) y crisis sociosanitaria Covid-19 (2020). A través del estudio de caso, se puede sostener que el comercio tradicional del Terminal Agropecuario presenta recursos culturales basados en la interculturalidad de trabajadores y público visitante, la modalidad de atención familiarizada con el cliente

(“Caseros” y “Caseras”) y la construcción histórica y social andina en torno al conocimiento en gestión de comercio tradicional, la cual viene desde la experiencia de vida a lo largo del ciclo vital de los comerciantes. Se observa que estas experiencias de vida tienen un carácter cultural, arqueológico, etnohistórico y antropológico. El intercambio comercial como práctica económica presenta una larga data y compromete los diversos nichos ecológicos de la Región de Tarapacá. En este marco, los movimientos migratorios son articuladores del intercambio cultural y económico. Situaciones externas como el coloniaje o la construcción de estado – nación generó procesos de cambio cultural y adaptación a nuevas políticas administrativas. Desde esta perspectiva se entiende que el Terminal agropecuario tiene elementos del patrimonio cultural, pero no necesariamente definidos según la Unesco, sino retomando reflexiones anteriormente mencionadas en esta tesis (Cabezas, s/f; Faba, 2004; Prats, 2005).

Los conocimientos en gestión de comercio tradicional son empíricos, vienen de la experiencia de vida del comerciante. En este marco los saberes presentan un pasado arqueológico/histórico y un presente etnográfico que requiere un estudio con mayor profundidad para dar cuenta de las diversas aristas que se pueden hallar. Para ello, al igual que los estudios anteriores expuestos en esta tesis se requiere de diversas disciplinas para dar cuenta de una misma problemática. En complemento al oficio, son los componentes paisajísticos culturales o del entorno, facilitadores del Terminal Agropecuario como lugar simbólico. Estos componentes son movibles y cambiantes en el tiempo por lo que el lugar simbólico no está asociado a un espacio físico sino a la dimensión social del mismo.

Se observa que la ciudad es un contexto de reafirmación de micro identidad y fortalecimiento de conocimientos en comercio tradicional, al trabajar por cuenta propia. De acuerdo con un estudio realizado por el antropólogo Héctor González (2001) sostiene que estas prácticas económicas son una adaptación cultural al contexto urbano. Hay una variación en la tecnología del trabajo, cambio del comercio agrícola al de abarrotés; sin embargo, la forma de organización (empresa familiar) y esquema autónomo (trabajar por cuenta propia), es una experiencia aprendida desde la infancia y la mantienen hasta el presente, lo que permite sostener la reproducción cultural de las prácticas económicas, aunque sujetas a transformaciones según el contexto territorial que habiten. Este acervo de

conocimiento socioeconómico tiene un valor cultural reconocido a través del propio trabajo, lo cual permite que sea especialmente significativo referirse al patrimonio cultural inmaterial del Terminal Agropecuario, ya que sus integrantes identificados como “accionistas” son los poseedores de dichas prácticas y saberes, junto al modo de gestionar la propia cultura interna-externa existente en relación con el Terminal. En este contexto, con mayor razón adquiere sentido su reconocimiento y denominación como patrimonio tanto material como inmaterial.

De este modo se puede sostener que:

- El Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique actualmente se encuentra saliendo poco a poco de la crisis que implicó la pandemia del coronavirus, Covid-19 (2020-2021), lo cual constituye una gran oportunidad para reconocerlo, revalorizarlo y proyectarlo comercial, simbólica y culturalmente, en cuanto a sus contenidos patrimoniales, tanto a nivel material (PCM) como inmaterial (PCI).
- El patrimonio debe ser entendido teóricamente como un concepto multidimensional, metodológicamente abordado como un recurso etnográfico que se nutre de diferentes disciplinas, para así alcanzar una efectiva *salvaguardia* (como lo entiende la Unesco), concentrando las diferentes visiones de los actores sociales involucrados (comunidad, investigadores, instituciones, etc.).
- El patrimonio tiene un sentido y escalamiento –la salvaguarda–, que permite valorizar y dignificar los espacios humanos. Así por lo tanto, no puede ir en contra de los derechos humanos, siendo este el criterio decisivo para decidir si es patrimonio o no (Unesco). El PCI es tal, si no hay nadie que se oponga a que lo sea. No siempre es fácil, pues el PCI ha sido un proceso de ensayo y error. El campo de las fricciones es para avanzar: “no basta la rueda para andar, se requiere del camino”. (CIESPCI, Conversatorio 6: Controversias: prácticas y discursos alrededor del patrimonio. Octubre 22 del año 2021).
- Tomando en cuenta la relación ser humano – naturaleza, desde un punto de vista histórico, el Terminal Agropecuario forma parte de los cambios económicos de la ciudad de Iquique, en la medida que ha hecho uso de ellos, mediante la compra de productos alimenticios y otros artículos que ofrece el mercado industrializado de zona

franca, para así incorporarlos en el comercio tradicional que trabajan sus socios y arrendatarios en este tipo de mercado.

- El Terminal Agropecuario se ha visto afectado en su comercio, debido a las políticas públicas relacionadas con el campo tributario y económico, lo cual se espera revertir una vez que se logre su reconocimiento como patrimonio material e inmaterial.
- El concepto de patrimonio en el Terminal Agropecuario se define, desde la visión de los comerciantes representada en el caso del negocio de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda., a través de la noción de trabajo, en cuanto a ser un depositario y transmisor de prácticas y saberes. El trabajo concentra el ejercicio de las prácticas comerciales y conocimientos adquiridos mediante la experiencia, sea a través de formas de relacionarse, de lenguaje, de valores y tradiciones, etc. Ello ha permitido entender la permanencia del oficio de comerciante, debido a la existencia de un modelo de gestión y formas de trabajo e intercambio que, gracias a las prácticas y saberes transmitidos oralmente, le da sostenibilidad, contenidos, valor simbólico, social y cultural al negocio.
- El patrimonio etnográfico del Terminal Agropecuario conlleva el reconocimiento por negación-reivindicación, ya que la comunidad cultora o poseedora de los recursos patrimoniales inmateriales, ha vivido/construido su identidad étnica bajo negación y reivindicación por parte del Estado. Esto hace que los locatarios (dueños y arrendatarios) se relacionen con el patrimonio de forma práctica y vivencial, aunque no necesariamente lo identifiquen consciente y verbalmente en su oficio de comerciantes.
- Considerando las tendencias actuales, se recomienda incorporar la perspectiva de género en futuros trabajos, dados los criterios del proceso productivo interno que ha desarrollado su socio administrador.

Con el desarrollo de este trabajo se desprende que el patrimonio cultural alude tanto a lo monumental como lo cotidiano. En este sentido el Terminal Agropecuario tiene los recursos culturales para fortalecer su comercio desde la memoria histórica de sus comerciantes y las prácticas económicas actualmente vigentes. Si bien es cierto que ha

potenciado la arquitectura del establecimiento y el entorno con áreas verdes, aún queda pendiente trabajar el recurso cultural inmaterial y reconocer formalmente este tipo de mercado como un espacio de intercambio cultural y no sólo comercial. El Terminal Agropecuario presenta elementos de una identidad colectiva que lo diferencia de otros mercados locales. En esta reflexión es que se sugiere el trabajo con instituciones académicas universitarias y de fondos públicos concursables para realizar un trabajo de patrimonialización material e inmaterial.

En cuanto a los aspectos investigativos que orientaron esta tesis, se puede afirmar en relación con las preguntas planteadas en la introducción, que las técnicas en comercio tradicional tienen un valor patrimonial no siempre reconocido verbalmente por los comerciantes, sin embargo, se visibiliza en la práctica a través del valor al trabajo. Hay un valor asignado a dichos conocimientos y experiencia que sustentan una economía de subsistencia para el hogar y la familia. Los conocimientos empíricos se han construido en torno al comercio tradicional que han permitido su continuidad, los comerciantes del Terminal Agropecuario pueden optar a un propio modelo de gestión basado en la experiencia de vida vinculada al comercio desde su infancia a la adultez por lo que, la visión de comercio tradicional como patrimonio cultural etnográfico del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique se halla en la cosmovisión de sus comerciantes, ya que puede variar la tecnología de producción pero el pensamiento económico de cómo relacionarse con el entorno y la naturaleza se mantiene. Este punto resulta crucial, ya que con él queda demostrado que los elementos paisajísticos del Terminal Agropecuario lo hacen un lugar simbólico. Aún cuando éstos sean cambiantes en el tiempo, debido a que el lugar es simbólico no por su espacio físico sino por la dimensión social del mismo.

Por último, los objetivos esperados se realizaron en correlato al alcance de los datos recopilados, los cuales no siempre pudieron ser registrados con detalle debido al doble rol de trabajadora y etnógrafa. Sin embargo, queda en evidencia el potencial a desarrollar en un futuro trabajo la recuperación de la memoria histórica de los comerciantes del Terminal Agropecuario, como se planteó en el objetivo general considerando la incorporación de nuevas técnicas y tecnologías como parte de la innovación a lo que en un periodo fue un trabajo artesanal, como sostiene la antropóloga Paulina Faba (2004): el concepto de

patrimonio hay que reinterpretarlo, significarlo desde la cosmovisión de las comunidades contemporáneas como grupos dinámicos y cambiantes, no una imagen fosilizada y estática de la cultura. En la disciplina de la gestión cultural el trabajo de Mary Carmen Santos (2015) visibiliza la problemática de la gestión comercial de la artesanía con innovación.

Para cerrar, el patrimonio inmaterial del Terminal Agropecuario es etnográfico en el sentido que viene de un conocimiento empírico basado en experiencias pasadas y presentes ejercidas dentro de una unidad territorial que contiene un espacio socialmente construido para una actividad cotidiana propia del campo cultural y relevante socialmente para la comunidad que lo vive día a día, como lo es el oficio del comerciante de bienes alimenticios manufacturados industrialmente. La identidad del Terminal Agropecuario está en su interculturalidad del comercio tradicional.

Con todo lo planteado anteriormente me interesa haber logrado aportar a una aproximación empírica y local al entendimiento y puesta en valor de la herencia cultural que detenta el Terminal Agropecuario Iquique.

## 08. BIBLIOGRAFÍA

### Libros

Carevic, A. (2000). *Campesinos del Desierto del Norte Chileno*. Universidad Arturo Prat. Iquique: Campvs

CNCA (2012). *Cultura y Economía I (Primera Edición)*. [s.n].

CNCA (2012). *Política Cultural Regional 2011 - 2016 Tarapacá*.

Conadi (2006). *La memoria de Chile. Patrimonio Cultural Indígena*. Consejo de Monumentos Nacionales.

Conadi (2010). *Manual de Gestión Patrimonial*. Universidad Arturo Prat del Estado de Chile.

Ellis C., Adams, T., Bochner, A. (2019). *Autoetnografía: un panorama*. En Bénard S. (Comp.) *Autoetnografía. Una metodología cualitativa*. (pp.17-32). Universidad Autónoma de Aguascalientes y El Colegio de San Luís.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.

Jácome Calvache, V. (2020). *Pluralidad de conceptos sobre las otras economías en América Latina: una mirada panorámica a los últimos cuarenta años*. En Carranza Barona, C. y Martínez Galarza, A. (Comp.), *Desafíos de la Economía Solidaria y Comunitaria. Acercamientos conceptuales desde las experiencias*. (pp.50-75). EcuadorSapiens.

Leiva, F. (Ed.). (2009). *Guía para la Gestión de Proyectos Culturales*. Valparaíso: CNCA.

Núñez Atencio, L. (1974). *III Costa - Valles Andino Meridional (Norte Grande y Chico de Chile), La agricultura prehistórica en los andes meridionales*. (pp.117-159). Universidad del Norte.

Olmedo Aguirre, A. y Gómez Avalos, J. (2010). “Viviendo y Recordando”. Registro y Relatos del Patrimonio Material del Pueblo de Laonzana. Iquique: FONDART Regional Tarapacá.

Refrew C. y Bahn P. (2007). Cap. 9 ¿Qué Contactos Tenían? Comercio e Intercambio. En *Teorías, Métodos y Prácticas*. (pp. 321 - 353). Akal.

Rojas Alcaayaga, M. (Coord.). (2015). Introducción. Gestión Cultural. ¿Una herramienta de mercado o un mercado de herramientas? En M. Rojas, *La Gestión Cultural en 3D. Debates, Desafíos y Disyuntivas* (pp. 13-29). Santiago, Chile: Fondo de Cultura Económica, FCE, Chile.

Ruiz Olabuénaga, J. (2003). Metodología de la investigación cualitativa. España: Universidad de Deusto.

Ruz R., Díaz A. y Galdames L. (2008). Documento. En *Población Andina de las Provincias de Arica y Tarapacá. El Censo inédito de 1866*. Arica, Chile: Universidad de Tarapacá.

Symmés, (2018). Cap. I. Reflexiones sobre la participación cultural. La participación cultural como fundamento del tejido social: El horizonte de la nueva institucionalidad para las culturas, las artes y el patrimonio. En CNCA, *Encuesta nacional de participación cultural 2017* (pp.19-33). Santiago, Chile: CNCA.

Throsby, D. (2012). Cultura, economía y desarrollo sustentable En CNCA, *Cultura y Economía I* (pp. 55-62). Santiago: Publicaciones Cultura, Chile.

Viola Recasens, A. (2000). Introducción. La crisis del desarrollismo y el surgimiento de la antropología del desarrollo. En Andreau Viola, *Antropología del Desarrollo. Teoría y estudios etnográficos en América Latina* (pp.9-52). Barcelona: Paidós

## Revistas

Delgadillo Polanco, V. (2010). Reseña de “Economía y cultura” de THROSBY, D. Andamios, *Revista de Investigación Social*, Vol. 7, N°14, pp.385-389.

Di Girólamo, C. (2013). Estado y proyección de la gestión cultural en Chile. *MGC Revista de Gestión Cultural*, (01), pp.12-14. <http://mgcuchile.cl/wp-content/uploads/delightful-downloads/2016/08/Revista-MGC-N1.pdf>

Fernández, J.; Peralta, C. y Sanchez, M. (2018). ¿Por qué y cómo contar? El Censo y la población indígena en Chile. *Serie Laboratorio Constitucional, Documento de Trabajo ICSO Núm.47*, pp.2-24

Fierro, Hernández, O. (2018). Imágenes de una memoria. Exégesis y representación del pasado entre los wixaritari (huicholes) de Nayarit y Jalisco de Paulina Faba. *Revista de El Colegio de San Luis*, 8 (16), pp.359-366.

Gonzalez, Cortez, H. (1997). Apuntes sobre el tema de la identidad cultural en la Región de Tarapacá. *Revista Estudios Atacameños* N°13, pp.27-45

González, Cortez, H.; Gündermann Kroll, H. y Hidalgo, Lehuede, J. (2014). Comunidad indígena y construcción histórica del espacio entre los aymara del Norte de Chile. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*, vol.46, Núm.2, pp.233-246.

Gonzalez, Miranda, S. (1992). La Zona Franca de Iquique en su Perspectiva Industrial: Un dilema regional. *Revista EURE Vol. XVIII*, N°54, pp.79-90. Santiago.

Guerrero, Jimenez, B. (2007). La ciudad y sus transformaciones: memoria urbana de Iquique. *Revista de Ciencias Sociales (CI)*, N°19, Segundo Semestre, pp.149-165. Universidad Arturo Prat, Tarapacá, Chile.

Lynch, T. (1975). La cosecha inoportuna, trashumancia y el proceso de domesticación. *Revista Estudios Atacameños*, Núm.3, pp.75-80.

Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, num. 20, pp.165-193.

Matthey, G. (2013). La gestión cultural en Chile, a pasos de su "segunda generación". *MGC Revista de Gestión Cultural*, 01, pp.06-11.

MGC (2017). *Economía e Industrias Creativas en Chile*, 09. <http://mgcuchile.cl/ultimo-numero-revista-mgc-no-9-economia-creatividad-la-cultura>

Prats, Ll. (2005). Concepto y gestión de patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social* N°21, pp.17-35.

Soto, M. (2013). Gestores “coligüe”: Proyecciones de la gestión cultural estatal en Chile. *MGC Revista de Gestión Cultural*, 01, pp.23-25.

Rappaport, J. y Ramos Pacho, A. (2005). Una historia colaborativa: retos para el diálogo indígena - académico. *Historia Crítica* N°29, pp.39-62.

Rivera, M. (1990). La investigación arqueológica en el norte de Chile, 1984-1990. Evaluación y perspectivas. *Revista Andina* año 8, N°2, pp.555-578

Van Kessel, J. (2003). Tecnología Aymara: Un enfoque cultural. *Cuadernos de Investigación en Cultura y Tecnología Andina*, N°3, pp.3-46.

## **Artículos**

Cabeza Monteiro, A. (s/f). El patrimonio arqueológico y los pueblos indígenas: reflexiones acerca de América Latina y Chile. Consultado el 01 de Mayo del 2021. <https://www.cedem.cl>

Celis, Bueno, C. (2017). ¿Descentralización o desterritorialización cultural? Algunas tentativas desde Valdivia. *MGC, Revista de Gestión Cultural*, #10, pp.8-11

Cardús y Font, L. (2005). Reseña de “Collaborative Ethnography” de Eric Lassiter Luke. *Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, Año/Vol.4, pp.133-137.

Duarte Bernal, D. y Matthey Correa, G. (2019). Reporte #6 MGC 2018. Escuela de Postgrado, Facultad de Artes - Universidad de Chile. MGC Magíster Gestión Cultural

González Cortez, H. (1995). Economía y uso del espacio en la sociedad aymara actual. *II Congreso chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile, pp.568-579.

González Cortez, H. (1995). La inserción económica de los migrantes aymara en la ciudad: el trabajo como empresa familiar y la reproducción cultural. *II Congreso chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile, pp.315-324.

Graña Pezoa, F. (2001). Cambio casera: Comercio y relaciones fronterizas en el extremo norte de Chile. *IV Congreso chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile, pp.1205-1212.

Lucero Soto, V. (2004). Reseña de “Historia del desierto: arqueología del norte de Chile” de Mario Rivera. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol 3, (núm. 8), <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30500825>

Matthey, G. (2011). La gestión cultural Pertinente – Versión 2.0 Un necesario desafío para el siglo XXI. EGAC, 01-08.

Núñez, L. Y Briones, L. (2017). Tráfico e interacción entre el oasis de Pica y la Costa Arreica en el Desierto Tarapaqueño (Norte de Chile). *Estudios Atacameños*, (núm. 56), pp.133-161.

Rapaport J., Ramos A. (2005). Una historia colaborativa: retos para el diálogo indígena-académico. *Historia Crítica*, Núm.29, pp.39-62.

Razeto, J. (2001). Turismo Patrimonial: entre la oportunidad y el peligro. *Actas II del 4º Congreso Chileno de Antropología. Simposio Antropología y Turismo*.

Razeto, J. (2005). Gestión Cultural Comunitaria: Patrimonio, Arte e Historias Locales en Aconcagua. *VI Seminario sobre Patrimonio Cultural. Instantáneas Locales*. pp.107-114.

San Martín Arce, R. (2000). La entrevista en el trabajo de campo. *Revista de Antropología Social*, 9, pp.105-126

## Estudios, Tesis en Línea

Araya Valenzuela, N. (2021). *La feria itinerante de Iquique: un análisis desde el patrimonio comunitario*. [tesis de postgrado, Universidad Arturo Prat]. Tesis en manos de la autora.

Faba Zuleta, P. (2004). *Patrimonio, analogía etnográfica y polisemia. El caso de la gráfica rupestre del occidente de México*. [tesis de postgrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/105936>

Geisse K., I. (2018). *Diagnóstico sobre las oportunidades y amenazas de la formalización en el sector de artesanía tradicional en la zona central de Chile : un estudio de casos*. [tesis de postgrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/147627>

Matthey Correa, G. (2009). *Modelo de gestión cultural para "Unidades Territoriales" de Chile*. [tesis de postgrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/101206>

Palma Arriagada, F. (2013). *Iquique Glorioso Crónicas de la Tierra de Campeones*. [tesis de pregrado, Universidad de Chile] <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133152>

Rock Núñez, M. (2008). *Lota, Patrimonio Industrial de la Humanidad: Rescate del Patrimonio Cultural Inmaterial*. [tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/101684>

Santos Hojas, M. (2015). *Propuesta de revitalización de la técnica textil de Doñihue : gestión para productos con innovación*. [tesis de postgrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Universidad de Chile <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133762>

## **Diarios**

Diario La Estrella de Iquique. (2019). Terminal Agropecuario de Iquique S.A. Especial 40 Aniversario.

El Boyaldía. (2019). Comerciantes de Terminal Agropecuario anticipan alza de precios en alimentos. Durante esta semana se comenzaría a visualizar los cambios. <http://www.elboyaldia.cl/noticia/sociedad/comerciantes-de-terminal-agropecuario-anticipan-alza-de-precios-en-alimentos> Recuperado el 08 de Diciembre del año 2019.

El Longino, Diario Regional. (2020). Terminal Agropecuario de Iquique se incorpora al Programa de Barrios Comerciales de Sercotec. <https://www.diariolongino.cl/terminal-agropecuario-de-iquique-se-incorpora-al-programa-de-barrios-comerciales-de-sercotec/> Recuperado el 04 de Abril del año 2020.

## **Textos Electrónicos-Internet (fecha de consulta)**

Calvo González-Vallinas, R. (s/f). Patrimonio Etnográfico. Diccionario Jurídico de la Cultura. <http://www.rajyl.es/diccionario-juridico-cultura/voces/patrimonio-etnografico> Consultado el 24 de Septiembre del 2020.

Coraggio, José Luis (2014). Una Lectura de Polanyi desde la economía social y solidaria en América Latina. <https://www.scielo.br/pdf/cm/v16n31/2236-9996-cm-16-31-0017.pdf> consultado el 19 de Septiembre del 2020.

Garcés, M. (s/f) Octubre de 2019: Estallido social en el Chile Neoliberal. Recuperado el 20 de marzo del 2020 <http://www.ongeco.cl/wp-content/uploads/2019/10/Estallido-social-en-el-Chile-neoliberal.pdf>

Gob.cl. (2017). *[ARCHIVO] Fortalecimiento de Barrios Comerciales: el programa de Gobierno que apoya y promueve el comercio tradicional en todo Chile*. Recuperado el 13 de Julio del año 2019 <https://www.gob.cl/noticias/fortalecimiento-de-barrios-comerciales-el-programa-de-gobierno-que-apoya-y-promueve-el-comercio-tradicional-en-todo-chile/>

Huerta M, Pedro. (2016). Karl Polanyi: pensamiento económico disidente y propuesta teórica. *Polis (Santiago)*, 15(45), 87-103. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682016000300005> consultado el 19 de Septiembre del 2020.

López M. (2018). *Patrimonio material e inmaterial. Secretaría de Cultura, Jalisco Gobierno del Estado*. Consultado el 12 de Julio del 2021. <https://sc.jalisco.gob.mx/patrimonio-cultural>

Servicio Nacional de Patrimonio Cultural (s/f). *Historia*. Consultado el 13 de julio de 2021. <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/historia>

Radio Paulina (2021). Sercotec Tarapacá y Barrio Comercial Agro Iquique crean “Museo de Cielo Abierto”. Consultado el 12 de Julio del 2021. <https://www.radiopaulina.cl/2021/06/30/sercotec-tarapaca-y-barrio-comercial-agro-iquique-crean-museo-de-cielo-abierto/>

Servicio Nacional del Patrimonio Cultural (SNPC). *Unidad Patrimonio Arqueológico y Etnográfico*. Consultado el 21 de Julio del 2021. <https://www.cncr.gob.cl/unidad-patrimonio-arqueologico-y-etnografico>

Unesco (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf> consultado el 15 de noviembre del 2018.

Unesco. (2003). Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. Unesdoc Biblioteca Digital. Consultado en octubre del 2018. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_spa)

Yañez P. (2010). Acerca del concepto de empresa en el Código del Trabajo. Chilena de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social, 1, N°1, 133-137.

## **DOCUMENTOS UTILIZADOS**

### **Documentos formales y públicos**

Cepal (2019). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*.

Recuperado el 20 de marzo del 2020

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45000/111/BPE2019\\_Chile\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45000/111/BPE2019_Chile_es.pdf)

Departamento de Extranjería y Migración (2021). Migraciones Chile. Estadísticas Migratorias. Registros Administrativos del Departamento de Extranjería y Migración.

<https://www.extranjeria.gob.cl/estadisticas-migratorias/> Recuperado el 19 de Septiembre del año 2021.

INE (2019). Sectores Económicos. Índices de Inventarios. Edición N°246/13 de mayo de 2019.

INE (2019). Boletín Estadístico: Empleo Trimestral. Edición N° 109/30 de abril de 2019.

### **Documentos informales y formales privados**

Declaración de Renta de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda. año 2019.

Escritura notarial de compraventa de inmueble en Cariquima.

Estatuto de ordenamiento del negocio de Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.

Memoria Anual Terminal Agropecuario Iquique S.A. Anuario 2014.

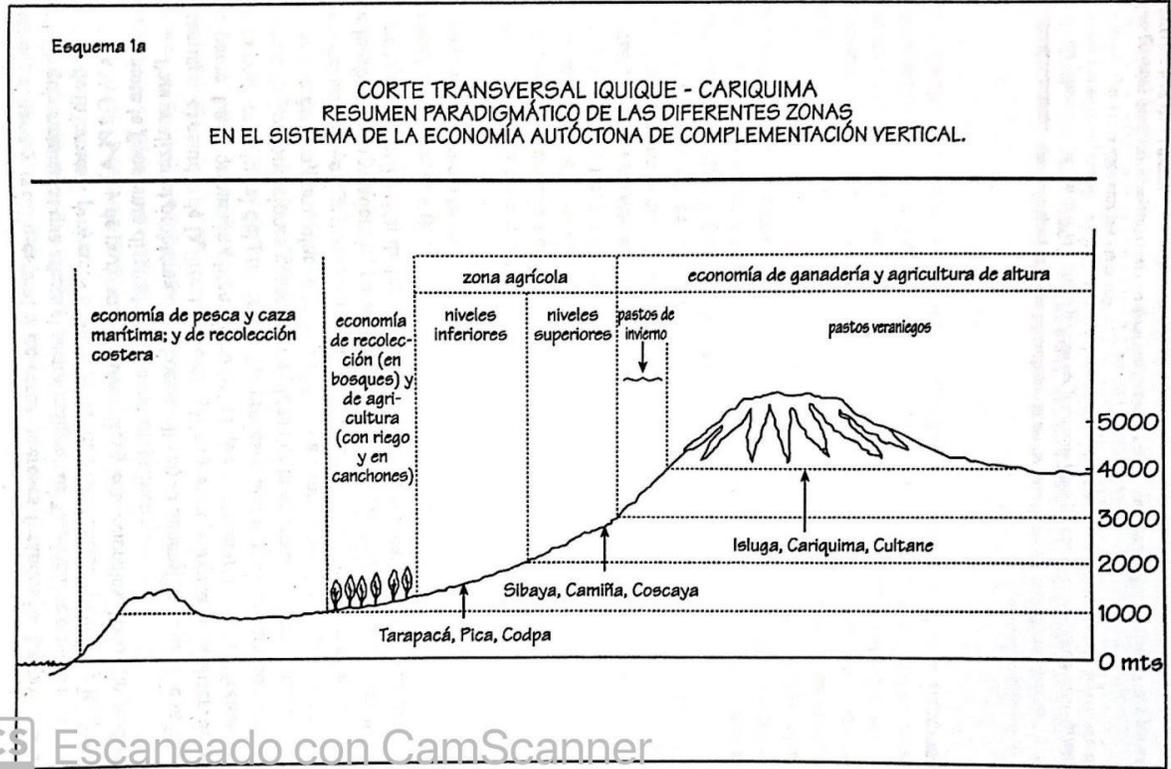
Plano del establecimiento del Terminal Agropecuario

Registro de socios y socias accionistas del Terminal Agropecuario.



Anexo 02

Nichos ecológicos y tipo de trabajo andino en la Región de Tarapacá.



Fuente: Juan van Kessel, 2003, p. 92.

### Anexo 03

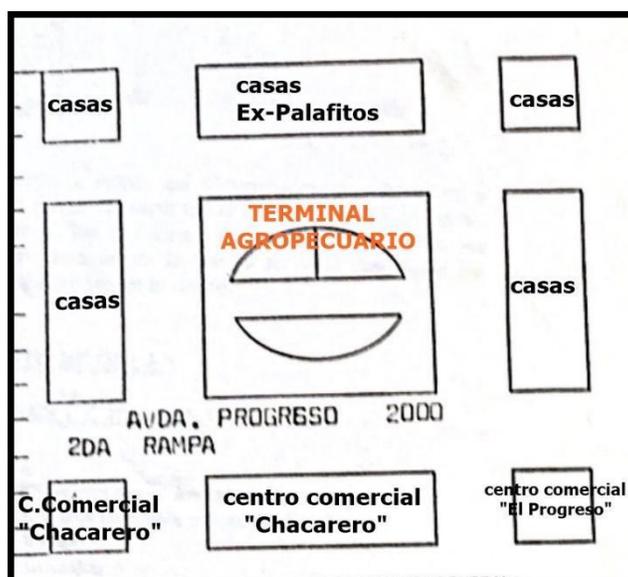
#### Parte frontal del Terminal Agropecuario Iquique, sector de estacionamiento y entrada peatonal.



Fotografía: Luis Alcota. Iquique, diciembre 2020.-

### Anexo 04

#### Croquis de ubicación espacial del Terminal Agropecuario



Fuente: Archivo Administración del Negocio "Sociedad Comercial Valle Verde Ltda.".

Iquique año 2017. Elaboración propia.

## Anexo 05

### Crónica periodística: descripción del Terminal Agropecuario.

“De compras por “el Agro”

Sólo unos pocos lugares de la ciudad congregan a tantas personas todos los días de la semana. Uno de ellos es el Terminal Agropecuario, polo de comercio donde convergen desde los productos de agricultores de los pueblos del interior hasta la ropa nueva y usada traída del otro lado del mundo. Este es un recorrido por sus rincones. Son las siete de la mañana y el sol ya se encuentra sobre gran parte de Iquique, ocultando sólo sus últimos fragmentos tras los cerros de la cordillera de la costa. Puede que por ese mismo proceso de cambio y del aumento de temperatura el ambiente, comience a fusionar un sin fin de olores de procedencia vegetal, animal y textil, provocando un aroma complejo, pero característico e identificable para cualquier nariz iquiqueña.

Ubicado en el sector alto de Iquique, en las faldas de enormes cerros que lo delimitan, el Terminal Agropecuario, o simplemente “el agro”, recibe a personajes pululantes que a pie, en micro o en auto se dejan caer en busca de los productos para su mesa y de una que otra cosa para el hogar y la familia. Con bolsas de rafia multicolor en mano o con carros plásticos de dos ruedas, transportes que desde hace pocos años se han insertado en la ciudad, los iquiqueños se acercan al agro para comprar o simplemente pasear y cachurear. Uno de los recorridos más frecuentes es pasar por la entrada de Avenida Progreso. El recinto enrejado y hegemónicamente metálico aloja a verduleros, carniceros, negocios de abarrotes, distribuidoras de confites y más, comerciantes que desde agosto de 1979 dejaron atrás su condición de ambulantes para adjudicarse estos terrenos en el sector conocido como “las quintas”, y luego, en 1981, constituirse como comunidad y finalmente en 1991, ser la Sociedad Terminal Agropecuario Iquique S.A. Pero antes del agro, era el Mercado Iquique Glorioso – Crónicas de la Tierra de Campeones Centenario – ubicado frente a la vieja Escuela Santa María y construido en 1930- el que cumplía ese rol, abasteciendo a la población que se concentraba mayormente en el casco antiguo. Pero ya poco queda de eso en el Mercado. Ahora lo que predomina ahí son las pescaderías, cocinerías y las juguerías del delicioso mango leche.

Pero volvamos al agro. Esta parte de la gran feria está ubicada hacia el cerro por lo que el camino es en subida. Estando ya arriba, la cuesta comienza hacia abajo con los galpones de venta de verduras a mayoristas, quienes llegan en camionetas fleteras a buscar los productos que revenderán durante la jornada en negocios de las poblaciones que se extienden por el mapa, o cocinarán en recetas sincréticas de los restaurantes iquiqueños. Luego, más abajo, en el sector de los estacionamientos de esta parte del agro, se posan en horario restringido algunos vendedores independientes a ofrecer sus productos que han traído desde diferentes zonas y pequeñas localidades, cercanas -o no tanto-, a Iquique, estacionamiento que deberán abandonar a más tardar a las nueve de la mañana, cuando el agro ya esté prendido y necesite de ese espacio para funcionar.

-“Estas granadas son de Miñimiñi”, explica una vendedora de cabellera blanca y largas polleras. -“¿Y dónde queda eso?”, le consultan. -“Entre Arica e Iquique, por el

camino que va a Pisagua. Allá tenemos bonita fruta, pero la gente conoce sólo la de Pica”. –“Mejor que no sea tan conocido como Pica”, agrega a la conversación un joven que la acompaña. “No nos promocionamos mucho porque sino van a ir muchas personas y van a tener que cercar todo. En Miñimiñi no hay cercas, las personas que van sacan su frutita para comer”, termina de explicar a un cliente que satisfecho arrastra su carro con la primera compra: nueve granadas por mil pesos.

Ya son las ocho de la mañana y más abajo, desde el pórtico del galpón de frutas y verduras al detalle, sólo se escucha el ajeteo de sacos y las radios cumbiancheras que sintonizan indistintamente los locatarios, canciones que en la cumbia han mezclado los huainos de los Andes con el sabor y los instrumentos electrónicos.

Nadie grita la verdura, a lo más le hablan directamente a quienes se acercan a su mercadería. Este sector luce como un túnel en medio de una autopista: su oscuridad contrasta con la luminosidad de esta mañana de verano y por ello las dos hileras de locales que se enfrentan tienen sus luces prendidas, pequeñas ampolletas colgantes acompañadas de bolsas plásticas rellenas de agua, utilizadas para espantar las moscas, aunque con escaso efecto.

Acá los productos están al alcance de la mano, frutas y verduras depositadas en cajones de madera, listos para ser escogidos. En cada puesto cuelgan además los rollos y paquetes de bolsas plásticas, las que son ofrecidas gentilmente a sus “caseritas y caseritos”, como se llaman mutuamente compradores y vendedores, construyendo desde esa nominación una realidad donde a pesar de que cada una de las partes cumple un rol, son iguales. Entre los mangos de Pica, los tomates de Arica, las aceitunas de Azapa y los limones sureños circulan otros personajes de esta pequeña ciudad comercial: los cargadores.

Armados de sus carruajes metálicos, todos perfectamente numerados e identificados, estos hombres ofrecen sus servicios a quienes no pueden llevar solos todas sus cosas. Por una propina trasladan las bolsas y cajas a los estacionamientos o a los taxis colectivos que pasan por la avenida. Pero su labor se ha visto afectada por la llegada de los carros plásticos que, como gran parte de los productos que se venden en Iquique, han llegado de China, mermando en su caso parte importante de la clientela, pero siguen, pues este sector del agro poco sería sin ellos.

Llegando al final de este pabellón para bajar al siguiente, aparecen puestos que lucen como tiendas de campaña de las que cuelgan prendas de dos tipos inmediatamente identificables: las ya mencionadas chinas que llegan por Zofri y las peruanas que vienen de Tacna. Las primeras lucen modelos con algo de extravagancia pero que cada vez se asemejan más a las tendencias masivas que llegan a la ciudad por las grandes tiendas y supermercados; en cambio la ropa peruana flamea de otro modo: se constituye de buen algodón estampado con marcas, diseños de artistas y dibujos animados de la temporada, con una gráfica que a leguas evidencia su piratería. Pero calidad es calidad. El pasillo inferior es el de los abarrotes, la comida de animales y las carnicerías. En él la abundancia es ley: en cada local las estanterías lucen repletas de alimentos, tarros, botellas y muchos colores que parecen un rompecabezas alimentario. Tras los mesones de cada negocio mujeres y jovencitas vestidas de delantales con marcas auspiciadoras o bordados con el nombre del local están atentas a los pedidos de los caseros. Ellas buscan los productos solicitados y los van dejando en montones que finalmente empaquetan en cajas o en bolsas. Ahí entran los cargadores que muchas veces ayudan a llevar estas compras a destino. Todo este

proceso es atentamente vigilado por gatos que están acostados floja o sensualmente sobre los mesones, presentándose como un buen signo, como los prevencionistas de un riesgo más importante: la presencia de ratones. Así, caseritos y caseritas compran huevos en la huevoteca o un display de arroz en “El quemadito”, del comerciante Manuel Tirado, donde, como dice su eslogan, “donde hubo fuego, ofertas quedan”, o puchero en las carnicerías para preparar la deliciosa calapurca.

Este sector del agro termina con un pabellón que concentra a baluartes del mercado iquiqueño: los gigantes distribuidores de abarrotes y confites “Chiwanko” y “Comercial Cáceres”. Ambos locales ocupan casi la totalidad del espacio, repartiéndose la clientela que de seguro elegirá el mismo puesto que tradicionalmente ha preferido para sus compras del mes o para el reabastecimiento en la quincena desde hace ya varios años.

Frente a estos colosos que se publicitan además por las radioemisoras locales, se encuentra el otro sector importante del agro, cruzando la ya mencionada Avenida Progreso. De allí hacia abajo el lugar es misceláneo, comenzando por las pescaderías asentadas en blancas instalaciones de cerámica al costado derecho, donde el piure y el ceviche listo para el consumo son los regalones. Luego, hacia el sur, comienzan nuevas galerías que se podrían definir como feria integral, ya que ofrece indistintamente, sin separación temática ni tópica, verduras, frutas, hierbas medicinales, abarrotes, ropa americana, insumos de cumpleaños, peluquerías, carnicerías, mueblerías y cocinerías, entre ellas la clásica “La Pochita”, que ofrece los preciados y baratos menú: sopa, ensalada y plato de fondo, por dos mil pesos.

Todavía es temprano, el reloj no ha pasado las diez de la mañana. El agro comienza recién a prenderse, a meter más bulla. Los vendedores inician sus propagandas a las caseritas ofreciendo sus productos y las máquinas de monedas, recientemente llegadas pero bien instaladas en importantes espacios de esta gran manzana, comienzan a chillar con sus monótonos sonos electrónicos. Aunque el ritmo no es muy atractivo, ya tiene a varios paseantes probando suerte para mermar parte del capital de las compras o agrandararlo y llevar una que otra cosa que no estaba planeada. Este lugar del agro conecta con otra galería de rejas color naranja, en la que venden materiales y herramientas de construcción, piezas de sanitarios y accesorios para mascotas. Acá aparecen los compradores especializados, quienes vienen en busca de esa pieza o fragmento que le falta. La siguiente sección es la de los repuestos de celulares y electrónica. Ahí el público es más joven y taquillero y anda en busca de piezas, adornos o desbloques de celulares.

El coloso del comercio comienza a acabarse y para terminar deja la parte de los cachureos, ubicados en pasillos sobre un terreno sin pavimentar donde se elevan pequeños puestos de madera, cholguán y en los mejores casos, metales livianos. Aquí aparecen las personas que vienen en busca del buen vestir, de la prenda útil, de la economía o de la exclusividad. La ropa americana es comprada en fardos en la Zona Franca, a la que llega en grandes contenedores sin distinción alguna; luego es separada y seleccionada en los galpones de la Zofri, hasta ser envuelta en grandes sacos amarrados con metal. Los fardos pueden ser de primera, segunda o tercera selección; he ahí el precio que costará después. Antes los cachureos del agro se extralimitaban a lo que estaba construido y los vendedores se posaban en las calles aledañas donde principalmente los vecinos de las poblaciones “Gómez Carreño” y “Las quintas”, salían a vender sus pertenencias. Las cosas han cambiado y ya no está

permitido, por ello ahora sólo hay vendedores estables y se ha mermado parte de la magia del agro.

A pesar de ello la cosa sigue. La ropa americana, principal producto a disposición en esta parte final del agro se dispone de diferentes formas: en montones caóticos en el piso o mesones de madera, agrupada en montones de manera ordenada ya sea por tipo de prenda o talla, colgada, colgada y planchada (“ahí ya cuesta más, ve que cansa el planchado”, explica una vendedora), y lavada y colgada. Dependiendo de eso también cambia el valor. Otros productos de este sector son los zapatos, nuevos y usados, los juguetes y los insumos deportivos, pero siempre es más la ropa, especialmente la de mujer y niños. Pero cachurear tiene su ciencia, su método. En el caso de los fardos en montones, entre el tierral y la ropa los brazos de las buscadoras cachureras parecen palas mecánicas que revuelven y persiguen sus objetivos, al son de conversaciones y copuchas en el caso de las que son clientes frecuentes o las que ya se conocen. En ese procedimiento pueden aparecer prendas de grandes marcas a un precio miserable, o ropajes de exclusiva confección que nunca nadie en la vida va a tener ni podrá repetir. Este es el juego, saber seleccionar, mirar si el fardo está ya muy rebuscado, o ver las telas que gustan y tirar la prenda para sorprenderse por un hallazgo impresionante, o decepcionarse por no ser la prenda deseada.

Pero siempre se puede encontrar algo, de eso no cabe duda. El Terminal Agropecuario ya está totalmente con vida a eso de las once de la mañana, y con justa razón. Ahora, la música sí que suena y en la voz de un vals peruano en el último pasillo, como un indicio de una melancolía identitaria de esta tierra. Ya quedan pocos metros de feria, pero el agro parece inacabado. En las zonas aledañas, cuando ya se ha abandonado el lugar, aún queda el ambiente de feria, continúa y crece el tránsito de personas y de automóviles que de seguro van en busca de algo en un contexto que es sabido como difícil, donde en el día es mejor no ir con joyas o cosas de valor y en las noches, como en otros sectores de Iquique, la pasta base entra en acción. (Palma, 2013, p. 59-65)

## Anexo 06

### Matriz Cultural de la ciudad de Iquique.

<p align="center"><b>«Matriz Cultural»</b> (o “ADN” de la cultura local)</p> <p align="center"><b>Unidad Territorial: IQUIQUE. N° de Habitantes: 191.468 (CENSO 2017)</b></p> <p align="center"><b>Región: TARAPACÁ. País: CHILE.</b></p>		
	<b>Componente o dimensión cultural</b>	<b>Descripción sintetizada</b>
<b>1.</b>	Características constitutivas del territorio	
	<b>1.1</b> Tipo de asentamiento (urbano, rural o mixto)	Urbano costero
	<b>1.2</b> Configuración sociocultural (clases sociales, etnias, migraciones)	Multicultural: aymaras, quechuas y migrantes campo-ciudad (andinos de quebrada y altiplano) y extranjeros (bolivianos, peruanos, colombianos, venezolanos)
<b>2.</b>	Sistema productivo (economía, recursos naturales, campo laboral)	Actividad Portuaria, Zona Franca Iquique, comercio de importación (ZOFRI), agropecuario, industria pesquera, servicio de gastronomía y turismo, pescadores artesanales, servicio de comercio tradicional y supermercados, transporte, educación, administración gubernamental-cívica, minería
<b>3.</b>	Religión(es), sistema de creencias, cosmovisiones	Católica, evangélica, sincretismos católico-andino, evangélico-andino, testigo de Jehová, Mormones
<b>4.</b>	Expresiones típicas, según desglose	
	<b>4.1</b> Tradicionales (artesanía, gastronomía, bailes, circos.)	Muestras itinerantes gastronómicas con productos locales (agrícolas) y de vestuario con producción ganadera típica andina. Religiosidad popular (Virgen de La Tirana, San Lorenzo, San Pedro, etc.)  Festividad de Pascua (desfile de carros alegóricos).
	<b>4.2</b> Contemporáneas (grafitis, fiestas callejeras, carnavales, desfiles)	Carnaval Andino  Encuentro de Nuestras Raíces  Carnaval de Barrio El Morro, Carnaval de Playa Palo Buque.

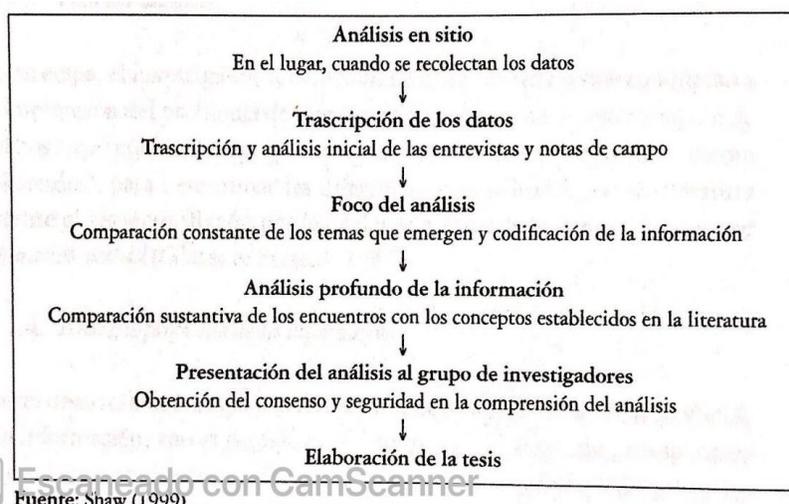
		<p>Encuentro de Estudiantinas.</p> <p>Celebración de Colonias de Iquique</p> <p>Grafitis.</p> <p>Circos.</p>
5.	Deportes y recreación	Fútbol (Ligas Andinas), Boxeo, parapente, samboard, surf, tenis volleyball, basketball.
6.	Patrimonio material (tangible), reconocido colectivamente	
	6.1 Iconos naturales (geografía, atracciones naturales, etc.)	Punta Gruesa (sector costero), Balneario Cavanha, Playa Brava, La Península (borde costero), la duna Cerro Dragón.
	6.2 Iconos artificiales (arquitectura, monumentos, etc.)	<p>Monumento “El Pampino”, “La Boya”, “El Marinero Desconocido”, La Plaza Prat, Teatro Municipal, edificación “La Protectora”, Restaurant “Casino Español”, Memorial a los Mártires de la Escuela Santa María (Cementerio N°3), Memorial a Patricio Rojas y Sixto Rojas por la Masacre Santa María, Monolito por la Matanza de Santa de Santa María, Escuela Santa María, Estación de Ferrocarriles Salitreros de Tarapacá</p> <p>Edificio Aduana de Iquique (quemado)</p>
7.	Patrimonio inmaterial (intangibles), reconocido colectivamente	
	7.1 Festividades, efemérides	Celebración 21 de Mayo, Matanza de la Escuela Santa María, Virgen de La Tirana (16 de Julio), 31 de Diciembre “quemar el mono” (buscar nombre), 18 y 19 de Septiembre, Navidad y año nuevo.
	7.2 Lenguaje, tradiciones, memoriales, mitos, leyendas	<p>Lengua castellana, aymara y quechua.</p> <p>Celebración de Carnavales de Barrios de Iquique.</p> <p>Leyenda “Ánima de la Patita”</p> <p>Lugares que penan en la costa: Playa Pabellón de Pica, sector Guanillo.</p>
8.	Áreas de conocimiento (científico, tecnológico, humanista...saberes y prácticas populares de proyección)	Biología marina, minería, arqueología, historia del salitre, cultivos de moluscos. Conocimiento empírico de comercio internacional. Antropología (religiosidad popular y cultura aymara).

9.	Expresiones artísticas (artes visuales, cine, danza, literatura, música, teatro (artes escénicas), video, multimedia, etc.	Festividades religiosas: Fiesta de la Tirana, Fiesta de San Lorenzo, otras fiestas patronales de poblados andinos de pampa, quebrada y altiplano. De la ciudad de Iquique celebración de colonias migrantes
10.	Referentes destacados	
	10.1 Personajes / personalidades (vivos o históricos)	Fallecidos: Boxeadores: Arturo Godoy, “Tany Loayza”, “Maravilla Prieto”, “Casa de Güifa”: “Julio Prieto”, “Cura Soto”, Freddy Taberna, Ramón Pérez Opazo, Arqueólogo Olaff Olmos Figueroa, Calatambo Albarracín.  Vivos: Historiador Sergio González, Ex Alcalde Jorge Soria Quiroga
	10.2 Instituciones / Organizaciones sociales / Colectivos	Corporación Museo del Salitre, Museo Regional, Museo Militar, Museo del Deporte, Mercado Centenario, Terminal Agropecuario Iquique (TAISA), Universidad Arturo Prat.
	10.3 Lugares relevantes	La Boya, Punta Gruesa, Plaza Prat, Escuela Santa María, la duna El Cerro Dragón, Boulevard Calle Baquedano, ZOFRI, Terminal Agropecuario, Mercado Centenario.

**Estudiante:** Jocelyn Marion Gómez Avalos.

## Anexo 07

### Proceso de análisis cualitativo en estudio de caso



Fuente: Martínez, P. (2006).

## Anexo 08

### PLAN DE ACCIÓN 01 - Estudios

ETAPA 01: RECONOCIMIENTO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL VALOR TOTAL ESTIMADO: \$19.350.000							
Descripción Actividad	Acción	Responsable	Tiempo estimado	Resultado Esperado	Meta	Indicadores	Presupuesto Estimado
Recuperación de la memoria histórica del Terminal Agropecuario Iquique Sociedad Anónima.	1. Recopilar antecedentes arqueológicos.	Arqueólogo	06 meses de trabajo	Visibilizar el valor cultural del oficio de comerciante tradicional del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique.  Estudiar posibles vínculos ancestrales con las culturas altiplánicas del interior.	Integrar dos tipos de datos arqueológicos: bibliográficos y de prospección superficial.	1. Número de informes escritos. 2. Informe final validado.	\$4.200.000 mensual bruto más viáticos. El pago según indicadores alcanzados. El pago es contra resultado.
	2. Recopilar antecedentes etnohistóricos.	Historiador	06 meses de trabajo	Visibilizar el valor histórico y cultural del oficio de comerciante tradicional del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique, en el contexto e historia general de la ciudad.	Obtener dos tipos de datos históricos: de documentos y fuentes bibliográficas.	1. Número de informes escritos. 2. Informe final validado.	\$4.200.000 mensual bruto más viáticos. Pago según indicadores alcanzados. El pago es contra resultado.
	3. Recopilar antecedentes orales, escritos y visuales.	Antropólogo	06 meses de trabajo	Visibilizar el valor cultural del oficio de comerciante tradicional del Terminal Agropecuario de la ciudad de Iquique, en base a las prácticas y saberes existentes en el lugar, junto a personalidades destacadas.	Porcentaje de facilitadores de conocimientos	1. Número de informes escritos. 2. Informe final validado.	\$4.200.000 mensual bruto más viáticos. Pago según indicadores alcanzados. El pago es contra resultado.
Estudio etnográfico sobre la cultura organizacional del Terminal Agropecuario y el uso social del lugar como centro de encuentro cultural.	1. Recopilar prácticas y saberes. 2. Catastro actualizado de locales, socios y locatarios. 3. Encuestas y/o entrevistas a locatarios (muestras) 4. Encuestas y/o entrevistas a socios y/o visitantes.	Sociólogo	06 meses de trabajo	Potenciar el reconocimiento al valor e importancia del Terminal Agropecuario como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.	Lograr porcentaje de facilitadores. Lograr diversos tipos antecedentes gráficos visuales.	1. Número de notas de campo. 2. Número de encuestas. 3. Etnografía validada.	\$4.200.000 pago bruto más viáticos. Pago según indicadores alcanzados. El pago es contra resultado.

### PLAN DE ACCIÓN 01 – Gestión de Oficialización

ETAPA 01: RECONOCIMIENTO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL							
Descripción Actividad	Acción	Responsable	Tiempo estimado	Resultado Esperado	Meta	Indicadores	Presupuesto Estimado
Gestión de solicitud para registro en patrimonio cultural inmaterial	1. Llenar formulario de solicitud ciudadana en SIGPA.	Antropóloga	03 meses	Reconocer el valor del Terminal Agropecuario como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.	Lograr ingresar la solicitud ciudadana en SIGPA.	Solicitud ciudadana ingresada en sistema on line.	\$900.000 bruto en total por actividad realizada El pago es contra resultado.
Difusión de actividades realizadas.	1. Difusión a través de medios de prensa escrita, redes digitales y radiales.	Encargado de Marketing del Terminal Agropecuario.	01 mes	Potenciar el reconocimiento al valor e importancia del Terminal Agropecuario como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.	Aumentar la difusión de visibilización del Terminal Agropecuario como patrimonio cultural inmaterial.	Número de notas periodísticas escritas, digitales.	\$150.000 en total. El pago es contra resultado.
Evaluación del plan de gestión y entrega de informe final a la entidad patrocinadora.	1. Reunión con responsables del plan de gestión y actores relevantes del Terminal Agropecuario.	Encargado del Plan de Gestión.	02 meses	Potenciar el reconocimiento al valor e importancia del Terminal Agropecuario como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.	Integrar la visión de patrimonio cultural inmaterial.	Informe final validado por responsables del plan de gestión y representantes del TAISA.	\$1.000.000 pago bruto según indicadores alcanzados. Pago contra resultado
Actividad de cierre.	1. Charla de sensibilización sobre el Terminal Agropecuario como patrimonio cultural inmaterial.	Facilitador del Terminal Agropecuario. Encargado de Plan de Gestión	01 mes	Potenciar el reconocimiento al valor e importancia del Terminal Agropecuario como patrimonio etnográfico de la ciudad de Iquique, Región de Tarapacá.	Incrementar la sensibilización sobre patrimonio cultural inmaterial.	Número de asistentes/Listado de asistencia.	\$500.000 pago bruto según indicadores alcanzados. Pago contra resultado