

Juliaca, ciudad abierta. Un eje articulador sureño

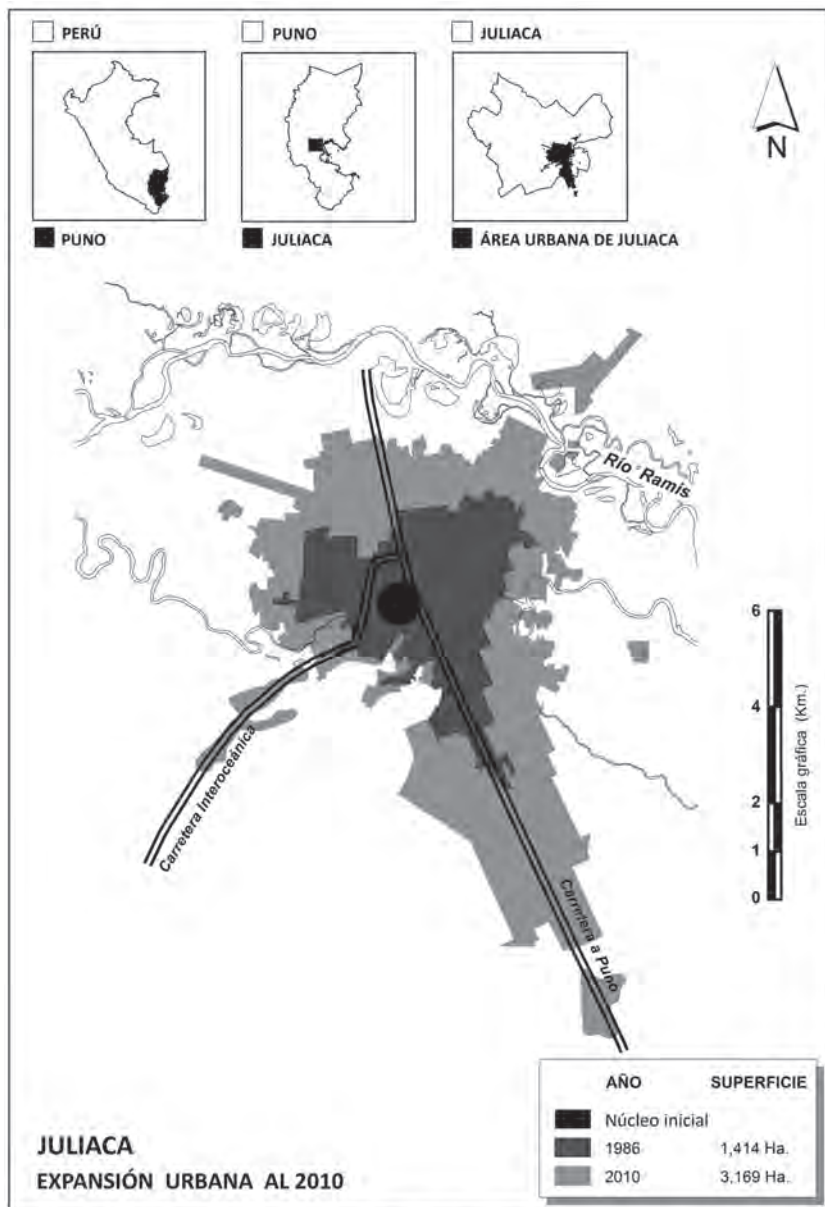
Geddil Choque Ch. / Amparo Mamani F.

JULIACA Y PUNO, EN EL ALTIPLANO PERUANO, son dos ciudades complementarias, a la vez que antagónicas y en permanente disputa. Puno es el centro administrativo y un destino turístico importante por su ubicación a las orillas del Lago Titicaca, mientras que Juliaca, a 45 km de distancia, es la ciudad comercial e industrial del altiplano y el centro de provisión de servicios y logística de la Macro Región Sur (MRS). El dinamismo económico, la oferta de servicios y las oportunidades de empleo que se concentran en Juliaca incentivan la migración desde las zonas rurales y de las ciudades intermedias de la región.

La actividad comercial predominantemente informal hace de Juliaca «una ciudad ocupada por negocios y mercancías», con viviendas donde «hasta los dormitorios son depósitos o tiendas de expendio en las zonas comerciales»¹. Solo el 15% de las empresas y negocios están registradas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), tampoco existe una cultura de inscripción en registros públicos y son escasos los negocios que tramitan licencias municipales o permisos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)².

¹ Jove Quimber, Hernán Alberto. *La modernización de La ciudad comercial de Juliaca, Puno - Perú*. 2011. En: <http://goo.gl/UDjSz> (Visitado el 6 de junio de 2012).

² Entrevista a Francisco Olivera, Gerente de la Cámara de Comercio de Juliaca (12 de agosto de 2012).



Actualmente Juliaca es la cuarta ciudad en importancia en la MRS, después de Arequipa, Cusco y Tacna. Su ubicación estratégica le permite enlazar territorios de la costa, sierra y selva, así como articular la MRS con el noreste de Brasil, el occidente boliviano y el norte chileno. Todo ello hace de Juliaca una urbe con un rol determinante (actual y futuro) para el desarrollo regional y del país. El presente artículo es una introducción al papel de Juliaca en el altiplano puneño, la MRS y en particular en el norte de Puno³. Para ello se abordan tres aspectos: la integración que Juliaca propicia en el altiplano puneño, la función de abastecimiento de las zonas rurales del norte de Puno y finalmente la importancia de Juliaca en la MRS del Perú.

Juliaca en el altiplano

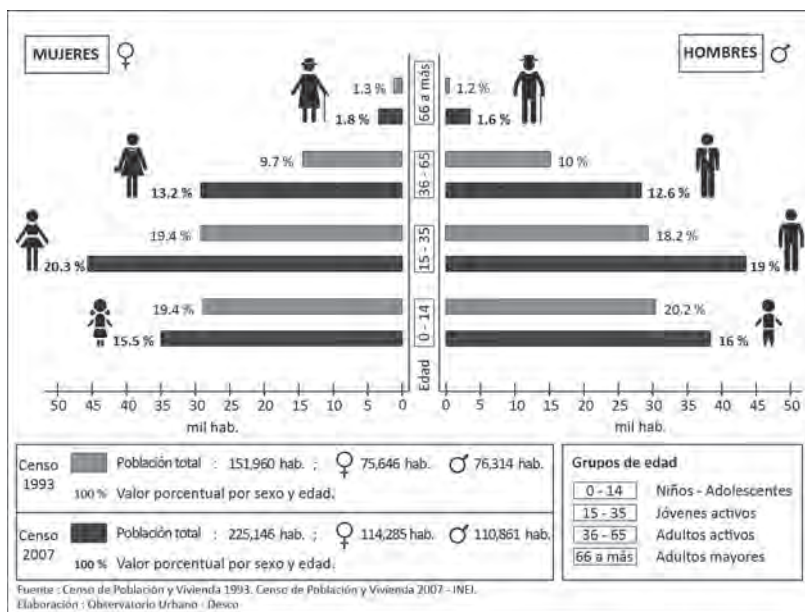
Juliaca es la capital de la provincia de San Román, región Puno. Ocupa un área urbana de 1118 hectáreas y tiene una densidad poblacional de 422.04 hab./km². Según el censo de 2007, su población era de 225 146 habitantes, siendo el 2011 de 254 947, con una tasa de crecimiento poblacional anual de 2.85%.

Con la construcción del Ferrocarril Transandino del Sur en 1873 (Arequipa-Juliaca-Cusco y su ramal hacia Puno) Juliaca se convierte paulatinamente en el punto de articulación del altiplano puneño y bisagra económica y cultural de la MRS. Esta es la primera gran modernización de Juliaca⁴. La segunda modernización,

³ En la encuesta se consideraron los distritos de Santa Lucía, Palca, Vilavila, Pucará, Nicasio y Lampa en la provincia de Lampa; los distritos de Antauta, Umachiri y Macari en la provincia de Melgar; y el distrito de Ajoyani en la provincia de Carabaya. Se aplicaron 320 encuestas. Así mismo se realizaron 18 entrevistas a alcaldes, regidores, líderes políticos, representantes de organizaciones, empresarios, tanto de los distritos como de la ciudad de Juliaca. El periodo de estudio es la década 2000 - 2010 y en algunos caso hasta el 2012.

⁴ En esta periodización de modernización seguimos a: Jove Quimber, Hernán. *La modernización de la ciudad comercial de Juliaca, Puno - Perú*. 2011. En: <http://goo.gl/UDjSz> (Visitado el 6 de junio de 2012).

Piramide poblacional



denominada innovadora, tiene su hito en el movimiento cívico del 4 de noviembre de 1965: un paro de 11 días en reclamo contra el centralismo puneño –encarnado en los directivos de la Corporación de Desarrollo Económico y Promoción Social (CORPUNO)– al que responsabilizaban por la postergación de obras como las redes de agua potable y la infraestructura de servicios locales (camal, mercado, hospital, parque industrial y mejoramiento del aeropuerto)⁵. La tercera modernización se inicia en 1990 a consecuencia de factores como la migración que hacia Juliaca propicia la guerra interna, la aplicación de políticas neoliberales y el proceso de globalización de la economía nacional.

⁵ Apaza Quispe, Hugo. *Temas históricos de Juliaca. Compendio histórico cultural*. Juliaca: Edición del autor, 2001. Ver en: <http://goo.gl/4mpon> (Visitado el 20 de octubre de 2012).

Los juliaqueños son conocidos como emprendedores, empresarios y comerciantes, con habilidad para diversificar sus actividades adaptándose a la demanda, lo que les permite competir en diversos mercados. Esta vocación hace de Juliaca una ciudad de servicios, comercial e industrial. Cuenta con 21 922 empresas de servicios y manufactureras, predominando aquellas con cerca del 73% del total (15 989 unidades), seguido por el comercio con el 16.68% (3659 establecimientos). La industria ocupa el tercer lugar con el 7.54% (1654 empresas) y se cuenta con el Parque Industrial Taparachi. Estas tres actividades económicas concentran el 97.16% de las empresas registradas.

En los últimos años Juliaca se ha convertido en un importante destino para la inversión, no solo para capitalistas regionales sino también para nacionales y extranjeros. Las empresas de dimensión regional y macrorregional son principalmente textiles, que procesan y comercializan lana de ovino y fibra de alpaca, como Manufacturas San Francisco, que exporta a Bolivia, Ecuador, México, Europa y Estados Unidos, o la Central de Cooperativas de Servicios Especiales Alpaqueras de Puno (CECOALP), que surge por iniciativa de los productores de fibra de alpaca de la región. Entre las empresas nacionales con representación en Juliaca se encuentran Alicorp (división de alimentos del Grupo Romero), *Backus* (cervecera y embotelladora), mientras que Cemento Sur S.A. cuenta con una planta en Caracoto, a 15 km de Juliaca. Asimismo, Petróleos del Perú (PETROPERÚ), tiene una planta de ventas para el altiplano y otra de abastecimiento en el aeropuerto de la ciudad.

La reciente introducción del formato *retail* ha supuesto nuevos retos para los comerciantes y proveedores locales de servicios. En 2010 el Grupo Interbank inauguró el centro comercial Real Plaza Juliaca, que en su primer año alcanzó «un nivel de visitas que superó los 7.2 millones de personas» y en 2012 ya se trabajaba

en su ampliación⁶. Para competir en este campo, capitales locales agrupados en la Asociación *New Center Xulllaca* en alianza con la banca privada, han iniciado la construcción de un *mall* para Juliaca en el distrito de Caracoto. De igual manera, Juliaca ha devenido en centro financiero, con 34 entidades entre bancos, cajas municipales, Empresas de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (EDPYME), cooperativas y organizaciones no gubernamentales de microfinanzas⁷.

De otro lado, es apreciable el incremento del parque automotor, especialmente en unidades dedicadas al transporte de carga, cuya principal demanda proviene de los comerciantes y mineros informales. En 2011 el parque automotor de la región Puno alcanzó el 5% del total nacional, con 98 791 unidades, de las cuales 69 154 operaban en Juliaca, contando automóviles, camionetas *pickup*, camiones, camionetas, ómnibus y en menor número, tractores, remolcadores, volquetes, etc.⁸. En el Parque Industrial Taparachi se concentran 12 empresas de venta de vehículos nuevos y en toda la ciudad existen 28 empresas formales de venta de automóviles, entre nuevos y usados, mientras que son más de 300 los puntos de venta informal de autos usados, ubicados principalmente en la Av. Circunvalación, donde la Asociación de Comerciantes de Vehículos (ACOVEHI)⁹ promueve ferias semanales.

Respecto al transporte de pequeña escala, Juliaca cuenta con una amplia red de asociaciones de transportistas que emplean como vehículos el mototaxi y el triciclo. Hasta hace una década, Juliaca era llamada «la metrópoli del taxi cholo», en alusión a la popularidad de los triciclos de tracción humana –progresivamente reemplazados

⁶ «Real Plaza duplicará oferta en mall de Juliaca». *Gestión*, Lima, 11 de junio de 2012. Ver en: <http://goo.gl/djKJ>

⁷ Datos de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) y de entidades bancarias del 2012.

⁸ Asociación Automotriz del Perú (AAP). Boletín Informativo N° 59, 2012 AAP.

⁹ Base de datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Información extraída el 2010.

por «tricimotos»- como medio de transporte de pasajeros. En la Municipalidad Distrital de Juliaca están registradas 58 asociaciones, con un total de 2160 unidades, con más del noventa por ciento de vehículos motorizados. Los funcionarios municipales opinan que el número de unidades registradas supera largamente a la cantidad de vehículos en operación, donde la informalidad se explica por la recurrencia de choferes que no se dedican al transporte como actividad principal, sino que, proviniendo de las zonas rurales próximas, complementan con el transporte sus ingresos regulares obtenidos de la actividad agropecuaria.

Otro aspecto notable de la economía juliaqueña es la dinámica inmobiliaria. La ciudad ha experimentado un súbito aumento del precio de las casas y terrenos urbanos. Dicho aumento aparentemente se relaciona a la capacidad de pago de los mineros informales que ofrecen altas sumas de dinero por comprar y alquilar en el centro de ciudad, donde el precio de los inmuebles sobrepasa el medio millón de dólares y el metro cuadrado alcanza los 750 dólares, mientras que en las zonas periféricas el metro cuadrado de terreno urbano varía entre los 150 y los 250 dólares. De acuerdo a Francisco Olivera, Gerente de la Cámara de Comercio de Juliaca: «...el sector inmobiliario se ha disparado de manera exorbitante por las ganancias que produce la minería informal, la venta y compra del oro, el contrabando y el narcotráfico, [...] mientras que un profesor, un policía o un simple empleado de Estado no puede acceder a ser propietario de una casa según los precios que se ofertan. La pregunta usual es si eres minero o no, o puedes pagarlo al contado»¹⁰.

¹⁰ Entrevista realizada el 12 de agosto de 2012.

Juliaca y su entorno rural

Para el presente estudio se preparó una encuesta orientada a recoger información sobre la interrelación entre Juliaca y los distritos de la zona norte de la provincia de San Román, a saber Santa Lucía, Palca, Vilavila, Lampa, Nicasio, Pucará, Umachiri, Macari, Antauta y Ajoyani. Se aplicaron 320 encuestas. Los resultados se acompañan con información oficial del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la SUNAT, las bases de datos de los gobiernos locales, además de entrevistas a funcionarios locales.

De acuerdo al último censo, la migración hacia Juliaca es primordialmente joven y de ámbito regional. El 68.6% de la población migrante asentada en Juliaca proviene de 5 provincias puneñas: Azángaro (20.65%), Huancané (16.9%), Puno (15.25%), Sandía (8.72%) y Lampa (7.53%). Asimismo, la ciudad recibe gran cantidad de población flotante que, principalmente los domingos y lunes, se moviliza desde las zonas rurales próximas (ver cuadro n° 1) para abastecerse de alimento, ropa e insumos agropecuarios.

Esta afluencia de pobladores rurales se presenta todo el año y aumenta durante el estiaje, época en la que «vienen a Juliaca en busca de trabajo temporal, para complementar sus ingresos desempeñándose como mototaxistas, triciclistas, obreros de construcción civil, vendedores ambulantes, servicio doméstico»¹¹. El transporte de pasajeros que conecta el altiplano puneño con Juliaca cuenta con cerca de 770 vehículos, entre ómnibus, minibuses y camionetas que brindan servicio diario, siendo las principales conexiones Puno, con casi 300 vehículos, y Huancané, con 90 vehículos, que realizan dos viajes de ida y vuelta por día¹².

¹¹ Entrevista a Luis Chayña, docente universitario, político y tributarista, el 17 de agosto de 2012.

¹² Información obtenida por los autores con el apoyo del equipo de la Unidad Operativa Territorial Puno de **desco** - Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Se realizaron entrevistas a operadores de agencias de transportes, operadores de paraderos informales y pasajeros.

Cuadro n° 1
Distancias y tiempo de transporte desde Juliaca
a las principales ciudades del altiplano

De Juliaca a	Distancia	Camioneta <i>Station Wagon</i>	Ómnibus	Combi	Camión
Puno	44 km	40min	1h	45min	1h
Lampa	23 km	30min	--	40min	40min
Ayaviri	96 km	1h 20min	1h 40min	1h 30min	1h 40min
Huancané	99 km	1h 30min	2h	1h 30min	2h
Ilave	99 km	1h 30min	2h	1h 30min	2h
Azángaro	104 km	1h	1h 25min	1h 15min	1h 25min
Yunguyo	128 km	2h	2h 30min	2h	2h 30min
Moho	138 km	2h 10min	3h	2h 30min	3h
Ananea	160 km	2h 30min	3h	2h 30h	3h 15min
La Rinconada	180 km	3h	3h 30min	3h	3h 30min
Macusani	211 km	3h	4h 22min	4h	4h 22min
Desaguadero	215 km	3h	4h	3h	4h
Sandia	272 km	5h	7h	6h	7h

Fuente: Elaboración propia.

Juliaca se constituye como un importante centro de abastecimiento del ámbito rural por el alto nivel de transacciones que se realizan en sus ferias semanales. Los principales productos que se intercambian en los mercados y ferias de Juliaca pueden agruparse en cinco rubros: (1) vestimenta, con tendencia creciente de incorporación de productos importados de bajo costo; (2) productos agro - veterinarios¹³; (3) equipos para el hogar, destacando los

¹³ El altiplano, Progreso, La cabaña, Señor de Imarrucus, Raíces, etc.

celulares y radios; (4) herramientas de trabajo, distribuidas desde Juliaca a las ferreterías y/o tiendas de capitales de provincia y distrito; y finalmente (5) alimentos, ofertados por los grandes y medianos comerciantes de la ciudad y distribuidos en las tiendas de las capitales de provincias y distritos. Además de este movimiento mayorista, una importante cantidad de minoristas de las provincias próximas acuden a Juliaca para surtir sus tiendas y finalmente tenemos a los consumidores del propio Juliaca.

Respecto al acceso a crédito, el 83.4% de los encuestados afirmó que no usa o accede a este. Usualmente la población rural no califica para acceder al crédito porque la actividad agropecuaria es considerada muy riesgosa y por ello las entidades financieras operan solamente en las capitales de provincia como Macusani, Ayaviri, Azángaro y Lampa. Las principales entidades crediticias son el Banco Agropecuario -AGROBANCO- (23.8%), las cajas municipales (21.4%), las cajas rurales (11.9%), banca comercial (7.1%), cooperativas (4.8%), EDPYME (4.8%), mientras que un importante 26.2% corresponde a los préstamos que se pactan entre familiares, vecinos y habilitadores. Los montos de estos préstamos oscilan en rangos entre los dos mil y los cinco mil soles (65.9%), los seis mil a más (18.2%) y los quinientos a mil seiscientos soles (15.9%). Los préstamos se orientan principalmente a la adquisición de vacunos (32%), compra de alpacas (21%), implementación de negocios (18%), compra de ovinos (12%) y solo un 17% se destinan para otros fines.

Otro aspecto que evidencia la estrecha interrelación de Juliaca y su entorno rural es la dinámica migratoria estacional. La encuesta aplicada en el ámbito de estudio muestra que las familias con padres residentes en ámbitos rurales migran por períodos cortos, teniendo como principales destinos Juliaca (de 1 a 4 meses), Ayaviri (de 4 a 5 meses) y a la mina Rinconada (de 3 a 6 meses). La principal motivación es laboral: 35% de los que migran a Juliaca, y 15% y 7% de los que se dirigen a Ayaviri y a Rinconada, respectivamente. Cabe resaltar que un 43% migra de las zonas rurales a las capitales

de los distritos. En la dinámica de migración de las madres rurales se distinguen dos grandes grupos: uno que se desplaza en promedio entre seis meses y un año (47.6%) y otro con un período más breve, menor de 6 meses (52.4%). El destino predilecto es la ciudad de Juliaca y los motivos son trabajo (46%), atención a los hijos que estudian (20%) y negocios (20%).

En cuanto a los hijos de las familias rurales, el período de migración más recurrente dura entre 8 y 12 meses (88%). Entre las causas de esta migración destacan claramente los estudios (68.9%), seguidos del trabajo (30.2%). El destino principal es Juliaca (24.3%), seguido de Ayaviri (13.7%), Puno (8%) y la mina La Rinconada (3.0%). Fuera de la región Puno, destaca Arequipa que atrae al 9.1% de este tipo de migración. El 41.9% de niños y adolescentes en edad de estudiar migra a ciudades fuera de la región, como Cusco, Ica, Lima y Madre de Dios. Los hijos de familias rurales que residen estacionalmente en Juliaca provienen principalmente de los distritos de Lampa (71%) y Vilavila (64%), mientras que a la mina La Rinconada migran de Lampa (28%) y Palca (18%), hacia Ayaviri se dirigen los hijos de Macari y Umachiri. Este movimiento hacia Juliaca se ha visto facilitado por el mejoramiento de las vías de conexión, acortando el tiempo de viaje.

Sobre el grado de instrucción se aprecia un proceso gradual de mejoramiento de los niveles educativos, aún cuando el acceso a la educación primaria y secundaria en estos últimos años ha disminuido y su recuperación es lenta, según estadísticas del Ministerio de Educación (MINEDU)¹⁴. Así, el 41.3% de los hombres adultos tienen primaria, el 46.6% secundaria y superior el 8%. En el caso de las mujeres adultas, un 58.7% tiene primaria, el 37.1% secundaria y superior solo el 1%. Entre los niños y jóvenes, el 36.4% tiene primaria, 38.7% secundaria y un 16.1% tiene educación superior. En números globales, en la región Puno el 36.5% de la

¹⁴ <http://escale.minedu.gob.pe/>

población cuenta con educación primaria y el 32.8% con educación secundaria¹⁵.

La vocación económica del entorno rural de Juliaca es predominantemente agropecuaria: hay crianza de camélidos sudamericanos, ovinos y vacunos, además de cultivos de avena para forraje, papa, quinua y cañihua. La producción pecuaria y sus derivados se destina a la venta, mientras que el grueso de la producción agrícola es de autoconsumo. Los excedentes son comercializados en la ciudad de Juliaca y de allí se distribuyen a otras regiones. La tendencia en los últimos nueve años, según las estadísticas de la Dirección Regional Agraria de Puno, es el incremento de la producción de avena forrajera.¹⁶ De acuerdo a nuestra encuesta, la avena aparece primero en el orden de importancia de los cultivos, con el 61.4% de la superficie cosechada destinando el 98% a la alimentación de vacunos, ovinos y alpacas. La producción de papa -especialmente la papa nativa- ha tenido un crecimiento de 1.5% anual, ocupando el segundo lugar de importancia entre los cultivos, con el 30.6% del área cosechada, aunque aún presenta bajos rendimientos (1596 Tm/ha promedio)¹⁷. El 88% de la producción de papa es de autoconsumo (fresca o en chuño) y lo restante se comercializa en las ferias locales. Acerca de la producción de quinua, la superficie cosechada ha crecido en un 11% en los últimos nueve años, con un rendimiento promedio de 789.0 kg/ha, menor al promedio regional de 1190¹⁸ kg/ha, destinándose

¹⁵ Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Indicadores de pobreza 2007. Sistema de consulta. Ver en: www.inei.gob.pe

¹⁶ Promedio de zona de estudio: Santa Lucía, Palca, Vilavila, Lampa, Nicasio, Pucara, Umachiri, Macari, Antauta y Ajoyani. Datos elaborados por los autores a partir de la información presentada en <http://www.agropuno.gob.pe/?q=node/65>.

¹⁷ Promedio de zona de estudio: Santa Lucía, Palca, Vilavila, Lampa, Nicasio, Pucara, Umachiri, Macari, Antauta y Ajoyani. Datos elaborados por los autores a partir de la información presentada en <http://www.agropuno.gob.pe/?q=node/65>

¹⁸ Promedio de zona de estudio: Santa Lucía, Palca, Vilavila, Lampa, Nicasio, Pucara, Umachiri, Macari, Antauta y Ajoyani. Datos elaborados por los autores a partir de la información presentada en <http://www.agropuno.gob.pe/?q=node/65>

el 84% al autoconsumo, siendo comercializada lo restante en las ferias locales y al menudeo.

La producción pecuaria está centrada en la crianza de alpacas, llamas, ovinos y vacunos, cuyos productos se destinan a la venta y muy poco al autoconsumo¹⁹. La crianza de alpacas es la actividad pecuaria más importante de la región, aunque se lleva a cabo en unidades pequeñas: en el ámbito de estudio, el 55.7% de los criadores poseen de 10 a 60 alpacas, un 31.7% tienen rebaños de 61 a 150 animales y solo el 12.6% de criadores tienen más de 150 animales. Esta situación genera una economía de subsistencia que obliga a las familias a generar ingresos extra-agrícolas. La comercialización se organiza mediante un sistema de intermediación que coloca el producto en las ferias locales y, en esa línea, solo una mínima cantidad es llevada por el propio productor directamente a Juliaca. Sin embargo, actualmente los productores organizan centros de acopio y de categorización de fibra, con el objetivo de venderla directamente a medianas empresas o acopiadores, lo que ha incrementado las ventas hasta en un 10% en algunos casos.

La crianza de ovinos ocupa el segundo lugar en importancia. A nivel de provincias, la población ovina se distribuye de la siguiente manera: Melgar (43%), Carabaya (33.2%) y Lampa (23.9%)²⁰. Por otro lado, el 91% de productores cría entre 10 a 60 ovinos y el 9% de 61 cabezas a más. Asimismo, el 87% del producto obtenido se destina a la venta, comercializándose la carne en las ferias locales. A renglón seguido se ubica la crianza de vacunos, que en los últimos diez años ya se asocia a la producción de leche. Según las provincias, la distribución de la población de vacunos es como sigue: Melgar (61%), Lampa (27.6%) y Carabaya (11.4%)²¹. En el caso de la producción de quesos, el derivado lácteo más importante, este tiene dos destinos: la venta directa desde la planta de producción

¹⁹ <http://goo.gl/njm0p>

²⁰ <http://goo.gl/njm0p>

²¹ <http://goo.gl/njm0p>

a mayoristas o intermediarios, y la venta que hacen los propios productores en las ferias locales y a consumidores directos. Finalmente tenemos la crianza de llamas, cuya mayor concentración está en Lampa (35.6%), seguida de Carabaya (34.9%) y Melgar (29.6%)²². A pesar de la pérdida de importancia como medio de transporte, actualmente se orienta su crianza para aprovechar su carne y, en menor medida, su fibra.

Juliaca en la Macro Región Sur (MRS)

De acuerdo con Neyra²³ la MRS constituye una región económica en tanto «a diferencia del resto de territorios del país, vincula a sus ciudades intermedias mediante intercambios complejos que han superado a las transacciones agropecuarias». Por su ubicación estratégica en el sur peruano y por su fácil acceso, Juliaca articula e integra el altiplano puneño y la MRS. En ese sentido, resulta crucial para el desenvolvimiento de las actividades comerciales, servicios y manufacturas de la región, constituyéndose en la actualidad en la puerta de ingreso para el comercio e intercambio cultural con Bolivia, Chile y Brasil. En efecto, en Juliaca confluyen dos grandes carreteras que articulan la MRS configurando corredores económicos: el Surandino, que es longitudinal, y el transversal, denominado Interoceánica. Por un lado, la Panamericana Andina vincula a Abancay, Cusco, Sicuani, Puno y, a través de Desaguadero, La Paz (Bolivia). Mientras que de otro lado, la carretera Interoceánica Sur, que se inicia en Puerto Matarani y enlaza Arequipa, Azángaro y Puerto Maldonado, conecta con los estados brasileños de Acre, Mato Grosso y Rondonia.

²² <http://goo.gl/njm0p>

²³ Los corredores económicos son ejes longitudinales y subsistemas urbanos condicionados por la geografía y las vías de comunicación, cuyas dinámicas expresan de manera más realista las economías territoriales del país y superan la concepción artificial de los departamentos. Neyra A., Gonzalo. «La economía de la macrorregión sur: un análisis estructural». *Análisis de Políticas*, n.º 47. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES), 2005, pp.78 - 85.

La producción de la MRS es comercializada desde las ciudades capitales de provincia hacia las ciudades intermedias puneñas y sureñas a través de sus dos grandes vías. Comparándola con dos de las principales ciudades de la MRS (Arequipa y Cusco), Juliaca se distingue por tener el porcentaje más alto de su Población Económicamente Activa (PEA) en actividades comerciales²⁴ (el 43.20%), ocupando el primer lugar en las actividades secundarias (el 20.90%) y ocupa el tercer lugar en el rubro servicios (después de Cusco, con el 11.20%)²⁵.

Uno de los aspectos más problemáticos de esta característica de Juliaca como eje de la MRS, es la actividad del contrabando, proveniente principalmente de Bolivia. Desde Juliaca²⁶ se distribuye a los diferentes departamentos de la MRS, Lima y el resto del país. Las principales rutas del contrabando son: a) la Culebra Norte, cuyo desfile de camiones sale de La Paz y se concentra en las cercanías del distrito de Vilquechico (en Huancané) para luego dirigirse a Juliaca²⁷; y b) la Culebra Sur, cuya mercancía proviene

²⁴ Se consideran como actividades económicas primarias a la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería y la explotación forestal. Como secundarias a la artesanía e industria manufacturera. En servicios, a la reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos, servicios de hotelería y restaurantes, transporte, de almacenamiento y de comunicaciones, inmobiliarios, empresariales y de alquiler, etc. Como comercio, a la venta por mayor y menor. Como servicios sociales y/o públicos, a la salud humana, educación, apoyos administrativos y financieros. Finalmente como actividades económicas no especializadas a los servicios comunitarios, sociales y personales, y servicios domésticos.

²⁵ Información elaborada del Censo de Población y Vivienda 2007 del INEI y de la exposición de Ricardo Vergara (Taller sobre Juliaca y su papel en la MRS. **desco** - Programa Regional Sur, Arequipa 2 de julio del 2012).

²⁶ Se estima que solo los días lunes de cada semana (en los principales mercados que funcionan todo el año) se movilizan mercaderías por más de S/ 500 millones de soles y que gran parte de los productos son provenientes del contrabando. Ver: Zea Olivera, Zenaída. «Juliaca movilizará 500 millones de nuevos soles cada lunes». *Los Andes*, Juliaca, 24 de enero de 2011.

²⁷ Por el lado Tilali pasa la «culebra», de 100 a 180 camiones, donde no existe control policial (denominada por los contrabandistas y población de «pase libre»), siendo a horas de la noche donde no se dan los decomisos por la policía de aduanas (información obtenida de un funcionario el 5 de agosto de 2012).

de Tacna y Desaguadero, también con destino a Juliaca. De igual manera, el contrabando se da bajo la modalidad de trueque (intercambio de productos), en volúmenes limitados por rutas alternas, aprovechando la extensa frontera entre Puno y Bolivia. De acuerdo a las cifras de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN), a valor de mercado, se estima que el contrabando que ingresó al Perú en el 2010 alcanzó los US\$ 1500 millones. De ellos, US\$ 1200 millones corresponden a la mercadería que transita por la frontera entre el Perú, Bolivia y Chile²⁸. Las mercancías de contrabando que proceden de Bolivia son: alimentos (azúcar, fideos, maíz amarillo, quinua, etc.), combustible (gas doméstico y gasolina), bebidas (cerveza), productos de higiene personal, electrodomésticos, cigarrillos, medicinas, ropa y ropa usada, telas, peluches, cobertores y sábanas. Desde Brasil y Chile (vía Bolivia) entran televisores, *laptops*, celulares, ropa, zapatos y licores; desde Argentina (vía Bolivia) casacas de cuero y ropa. Los productos que salen del Perú hacia Bolivia son principalmente textiles, prendas de vestir o ropa (polos, ropa interior, ponchos, alfombras de fibra de alpaca, frazadas, mantas, hilado de algodón, telas, etc.), calzados (de cuero y zapatillas), bebidas gaseosas, joyas de oro, maquinaria pequeña o liviana fabricada en Juliaca (molinos de grano, trilladoras, herramientas agrícolas, etc.), productos que desde Bolivia luego serán llevados a Argentina, Paraguay y Uruguay.

Respecto al transporte macrorregional, el flujo de pasajeros y carga es continuo entre Juliaca y las principales ciudades de la MRS, como Arequipa, Puno, Cusco, Tacna, Moquegua y Madre de Dios. El transporte terrestre de pasajeros está cubierto por aproximadamente 30 empresas, con ventas anuales de 7 316 794 boletos²⁹, mientras el transporte de carga por vía terrestre es operado por 235 empresas que manejan productos agropecuarios, industriales y minerales,

²⁸ Espinoza Romo, Vanessa. «El contrabando avanza impune en Puno». *El Comercio*, Lima, 27 de noviembre de 2011.

²⁹ Gobierno Regional de Puno. *Plan Vial de Puno 2008. Proyectado al 2011*.

movilizándose alrededor de 2 529 860 toneladas métricas por año, lo que representa el 60.35% del volumen de carga total de la región Puno. Por vía férrea se traslada el 14.68% de dicho volumen –compuesto principalmente por combustibles–. A ello se suma el Ferrocarril Transandino del Sur, que moviliza el 17.54% de los pasajeros que se dirigen al Cusco. Por vía aérea son actualmente tres las empresas que operan vuelos hacia Juliaca: LAN Perú y TACA Perú, de capitales extranjeros, y la nativa Star Perú.

Perspectiva para Juliaca

1. Lo expuesto sobre la realidad rural que circunda a Juliaca es importante para argumentar la influencia decisiva que esta ejerce sobre la ciudad, especialmente en su dinámica demográfica, ya que es el principal destino de la migración temporal de los integrantes de la familia rural en busca de empleo y educación que, a su vez, condiciona a la adquisición de propiedades urbanas. Esto explica, en parte, la naturaleza del crecimiento juliaqueño. En suma, la adquisición de viviendas en los centros urbanos y la mantención de la actividad agropecuaria, constituyen algunos de los rasgos significativos de la nueva relación urbano - rural.
2. Sin embargo, este creciente dinamismo económico se levanta sobre una oferta de servicios muy débil, incluso inferior en términos relativos a los que tienen Arequipa o Cusco. Asimismo, una característica fundamental es la alta preponderancia de actividades económicas no especializadas en condiciones de alta informalización. En síntesis, el caso de Juliaca muestra que la poca inversión pública y la débil presencia institucional del Estado no es un problema restringido a los espacios rurales, como suele creerse, puesto que también compromete de manera significativa a los procesos urbanos que se han desencadenado con el crecimiento económico.

3. Como se ha señalado, Juliaca es una de las plataformas logísticas más importantes de en la zona andina, interrelacionando cuatro corredores regionales de la MRS. El primero, la vincula con la ciudad de Arequipa, formando el eje de articulación urbana más importante de la MRS, integrando este espacio con la costa (Matarani, Ilo y Lima). En perspectiva, constituye la salida del sur del Perú, el noreste brasileño y el occidente boliviano hacia el mercado asiático. El segundo corredor la vincula con la ciudad de Cusco desde el cual se relaciona con el norte de Puno, la sierra y costa central. El tercer corredor la relaciona con la ciudad de Puno, desde la cual se vincula con el altiplano sur y La Paz (Bolivia), la costa sur (ciudades de Moquegua, Tacna y el puerto de Ilo) y el norte de Chile (puertos de Arica e Iquique). Finalmente, el cuarto corredor es hacia Puerto Maldonado, por la carretera Interoceánica Sur.
4. En particular, este nuevo corredor desarrollará el comercio transfronterizo de la MRS con el noroeste brasileño³⁰, consolidando el rol de Juliaca como un punto nodal de la articulación e integración de la MRS con la Megarregión Cuatrinacional (el occidente boliviano, norte chileno y el noroeste brasileño). En ese sentido, Juliaca no solo se constituye en el paso obligatorio para el intercambio comercial, sino que concentra gran potencialidad para el desarrollo de las economías locales y regionales a través de actividades como la agricultura, la minería, la pesquería, la industria, el turismo y otros, orientados a un mercado naciente de más de 11 millones de habitantes³¹.

³⁰ Un proyecto de Integración de la Infraestructura de la Región Sudamericana (IIRSA) vinculará al sur del Perú a través de 2603 km de carretera con el Brasil. Esta articulará los estados de Acre y Rondonia con las ciudades porteñas de Ilo, Matarani y San Juan de Marcona, uniendo las regiones de Madre de Dios, Cuzco, Puno, Moquegua y Arequipa. <http://goo.gl/pgMov>

³¹ Dammert Ego Aguirre, Manuel. *Las reformas progresistas impostergables*. Lima: Instituto Territorialidad, 2012.