

NEGOCIOS URBANOS EN LIMA: PULPERÍAS, CAJONES Y PANADERÍAS 1750-1820.

(Una aproximación a su estudio)¹

*Cesar Mexicano Ramos*²

173

I. INTRODUCCIÓN

En variados estudios históricos se hace mención muchas veces a diferentes comercios, negocios y servicios de la Lima virreinal con la característica de una falta de profusión conceptual en sus aspectos denominativos, relaciones y las prerrogativas que involucra su establecimiento en la conjunción urbana de este período. Y a pesar de todo lo que se puede haber escrito, evocando o criticando la esencia de su influencia al Perú como nación, es poco lo que se ha hecho para esclarecer estos aspectos relevantes del esplendor y definición de la sociedad limeña colonial.

Esplendor, porque a través de ellos -los negocios- configuraron una red de comercios y servicios, que propugnan la utilidad monetaria y la diferencia social de una ciudad enclaustrante y prejuiciosa³. Además de contribuir al basamento económico de sectores emergentes, con inclusión de variados personajes⁴, que con sus

¹ Ponencia presentada al “VIII Coloquio de Estudiantes de Historia” de la P.U.C.P (Nov. 1998).

² Alumno de la Escuela de Historia de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

³ Otra característica de los servicios urbanos es que eran centros de sociabilidad en la cual aflora la manía limeña de la tertulia y el chismorreó, en cafés, pulperías, chinganas, etc.

⁴ Hago alusión a personajes y no personas, porque éstos deslumbran la acción de las redes de negocio, en la conformación comercial urbana. Especialmente trajinada mediante el constante movimiento de traspasos.

correrías y estrategias de negocio, produjeron la ganancia de sus partes y del erario español. Y definición, en el sentido que estos negocios propugnan una reglamentación económico-social, que trasluce el equiparamiento de una vida cotidiana amplia y necesaria, para las expectativas de una "modernidad" en tránsito.

Otro aspecto básico de mi hipótesis de trabajo, se basa en la prerrogativa ya mencionada pero no sustentada de Alberto Flores Galindo en cuanto a la aparición, con más rango, de sectores sociales llamados por él: "capas medias"⁵, que no son sino esos grupos de gente "ordinaria" -españoles pobres, mestizos, indios y mulatos- que serán beneficiados por las características que toma el liberalismo borbónico, para repotenciar su dominio y conceder privilegios, especialmente a la llamada "aristocracia mercantil"⁶. Pero, a la par que se da una amplitud comercial, ésta se correlativiza desde abajo, con lo que expone una "red-mercantil" urbana mayor⁷. Además es continuo encontrar en los documentos, cómo se forjan estos grupos en buscar y arraigar un posicionamiento económico, a base de esfuerzo y movimiento de inversión. Para este caso, es satisfactorio contar con estudios de valioso aporte teórico y documental, como son los de Steve Stern (Madrid, 1986); Luis Miguel Glave (Lima, 1989); y Emilio Harth-Terré (Lima, 1974), en regiones de la sierra sur y Lima.

174

Así también, por el otro lado del fenómeno, para una satisfacción del gentío, se abren muchas chinganas, chicherías, fondas y pulperías que en muchos casos son dependencias del gusto amargo, constituyendo una causa del aumento de la criminalidad de la época. Pero no todo se ve desde un solo ángulo, también existieron negocios de regocijo y distracción, remedos afrancesados de amplio discurrir y gran tránsito; estos son los cafés, dulcerías, confiterías, etc.

Particularmente en este trabajo analizaremos tres principales tipos de negocio de características doméstica e industrial, que prevalectían como una síntesis de cotidianidad en el carácter colonial de Lima. Teniendo como emblema de habilitación, además, tres condiciones básicas:

- 1) Son los establecimientos "bisagra" del reordenamiento económico-social de Lima. En el sentido que involucran un espacio mayor de relaciones y difusión comercial, por la cual se constituyen redes en sectores de élite y su correlativo de beneficio para sectores emergentes⁸.

⁵ Flores Galindo, 1991:59.

⁶ Para más detalle ver el estudio de Cristina Mazzeo, sobre *El comercio libre en el Perú*; Lima, 1994. Una aproximación a la expansión mediana del comercio nos la da Herperiophylo en el *Mercurio Peruano*, Tomo I, pp. 4-5.

⁷ Se singulariza esta relación con el esquema planteado por Flores Galindo en cuanto al mercado urbano. (Flores Galindo, 1991:55)

⁸ El comercio externo condiciona al abastecimiento de pan con el trigo chileno, especialmente, y a los cajones con el surtido abasto de géneros de Castilla. Y en menor medida alcanza a las pulperías, que están más en contacto con el tráfico interno.

- 2) Tienen la misma funcionalidad legal en su jurisdicción de negocio, servicio e industria respectivamente. Esto lo vemos en sus acciones de traspaso, remate o administración.
- 3) Proporcionan mayor utilidad que otros negocios de su misma condición. Podemos mencionar aquí el efecto que produce para la época, una mayor circulación y la contraparte de un aumento de estos negocios. La rentabilidad lo denotan autores como Flores Galindo, (Lima, 1994), Eguiguren (Lima, 1945) e incluso el jocoso Simón Ayanque (París, 1924).

Incluiremos para su estudio, su acepción local, denominaciones oficiales, el carácter de su constitución y la función de su servicio. Además de demostrar con ejemplos relevantes, cómo en la Lima de este período se trasciende a una amplia configuración social e inmobiliaria de la ciudad. Aún no se puede definir a situaciones concretas; pero sí es recomendable observar para el caso argentino y venezolano, ejemplos de un rumbo superior en el negocio de pulperías. Esto lo demuestran respectivamente el Grupo Sociedad y Estado, (Mar del Plata, 1996) y Rafael Ramón Castellanos, (Caracas, 1988).

175

Para todo lo dicho he revisado parte documentaria referente en mayoría a casos contenciosos, gremiales y de gravamen fiscal, que informan la agitación comercial, desbarajuste de las funciones de un negocio y la especulación por arrendamientos o traspasos.

Estas fuentes pertenecen al repositorio documental del Archivo General de la Nación y la sala de investigaciones de la Biblioteca Nacional, desplegado en las siguientes secciones:

- Cabildo-causas civiles
- Cabildo-gremios
- Real Audiencia-causas civiles
- Aduana de Lima
- Superior Gobierno, y
- Tribunal del Consulado.

II. CONCEPTUALIZACIÓN Y FUNCIONES

PULPERÍA según el diccionario de la lengua castellana (1726-39 y 1803), era la “tienda en las Indias, donde se venden diferentes géneros para el abasto como son: vino, aguardiente y otros licores, géneros pertenecientes a droguería, buhonería, mercería y otros”. Pero muchas veces en los documentos se confunde con denominativos de “tienda” y “chingana”, que pertenecen a la misma conformación comercial, pero caracterizados por expender productos, en mayor medida, de otra índole. Por ejemplo, el sinónimo más apropiado para las pulperías, en sentido actual, es tienda o bodega, porque significan, en su esencia y en el habla común, lo mismo.

Tienda en la colonia es el denominativo genérico a establecimientos de amplia variedad: había tiendas de velas, zapatos, paños, etc., es decir por productos de su expendio; y por oficios se denominaban, tienda-sastrería, tienda-platería, etc., incluso se remitía tienda a una escuela pública.

En cambio chingana es y era antiguamente, según Corominas (1954) "la taberna de gente baja, especie de burdel" (que tiene otro significado), que representaba una evolución semántica del verbo "chingar", que significó: reprender, pelear como resultado de la ebriedad en las personas. La Academia de la Lengua define chingar como beber con frecuencia vinos y licores.

El libro de Cabildo Limeño denotaba a las pulperías, como el establecimiento en que se vendían al menudeo los artículos de alimentación, de ahí su regulación no sólo con el objeto de velar por las necesidades del público, sino de cuidar la higiene de los alimentos y evitar los excesos que pudieran cometerse⁹. El calificativo de pulpero se refería ya, según la Ley de Indias de 1586, a quien "tiene tienda de comestibles y bebidas". Pero, ¿de dónde proviene o se origina esta palabra?, pues nada menos que la voz deriva de: pulpa, por ser ella la parte del maguey - planta tropical de gran contextura- que actuaba como ingrediente para el dulce que preparaban estos negociantes, como su principal artículo de bebida; también fue llamada en su origen por "pulquería" (licor fuerte de procedencia mexicana). Precisamente, Solorzano y Pereyra en su "política Indiana" de 1648, menciona que las pulperías eran las "tiendas que en Castilla llaman de abacería y en las Indias de pulpería o pulquería", es decir cambiaban el nombre sólo por la inclusión de productos originarios de la región. En el caso de "abacería", éste será el denominativo que tomará la pulpería en el siglo XIX¹⁰.

Los principales y básicos productos que expendían los pulperos en su negocio, según la documentación revisada, eran los siguientes :

- Losas (vidriada, serrana y criolla)
- Canastas, escobas y esteras
- Miel
- Carbón
- Mistelas
- Arroz y quinua
- Alfiler y cintas
- Vinos (importado o costeño)
- Guarapo fuerte y aguardiente
- Frascos y botellas.

⁹ Bromley, 1942:553.

¹⁰Abacero, semánticamente proviene y se deriva de haba, que es el artículo que originariamente vendía (Corominas, 1954)

Otra característica esencial de su función social era la relación que se entablaba en su interior por sus concurrentes, ya que los visitantes cotidianos eran la gente, llamada por Ayanque, "ordinaria", que estaban conformadas por la gente negra -libres y esclavos-, indios y otros servidores de casas grandes que iban por el surtimiento. Atendían hasta muy tarde, reglamentándose a partir de sus nuevas ordenanzas gremiales -que data de 1786-, hasta las nueve de la noche, hora en que cerraban sus puertas y dejaban abiertas las ventanas por emergencias, hasta las once¹¹.

Esta clase de establecimientos contaban además con nombradías comerciales o "marcas", que pudieran distinguir sus calidades una de otra. La mayoría de ellas tomaban su fama y abolengo por las características y nombres de barrio o calle. Por ejemplo: la Pulpería del gigante, de la Huaca horadada, de Cocharcas, etc., y otras se conocían por la forma de atención y expendio de sus productos, como veremos adelante. Es importante ubicar estas características porque estos negocios, con su sola presencia en el vecindario, "daban alguna animación"¹² y pleitos en la vida popular de Lima¹³. Sólo en dos casos he encontrado para estos negocios nombres específicos, que desde ya configuran un aire de bohemia y vida libre: una en la calle de Belén, actual subida de la Plaza Francia, llamada "la Ramadita", propiedad en 1770 de doña Rosa Puente¹⁴, y la otra denominada "baso lleno" en la calle de San Pedro Nolasco, actual cuadra 9 del Jr. Andahuaylas, propiedad en 1797 de don José Domínguez¹⁵.

Los CAJONES en las Indias eran almacenes o depósitos donde se expendían y a donde concurrían las mercaderías y géneros comerciales para las "ferias y tráficos", como menciona Buenaventura de Salinas para el siglo XVII, pero también resultaba un negocio de amplia variedad cotidiana, con productos de calidad al por mayor y menor. El término se utiliza en múltiple documentación colonial, pero en el *Diccionario de la Lengua Castellana* de 1726 y 1803 no se encuentra con esta acepción, sólo se menciona del similar carácter comercial, a la "caxa"; y se menciona "caxero", como un "buhonero que vende por las calles y casas, mercaderías y cosas menudas", lo que no es el caso del propietario de un cajón, llamado "caxonero". A comienzos del siglo XIX se va expandiendo un negocio de doble función económica: el tendejonero, que no es sino el resultado de la fusión de tienda y cajón, que propugna el concepto mencionado anteriormente, y su derivación con el mercachifle de comercio¹⁶.

Revisando las características comerciales que se impone a este negocio, se le llama precisamente cajón a estos depósitos, pero con la salvedad de que podrían estar en

¹¹ B.N.P.-S.I., C 464, 1786 (manuscritos)

¹² Descola, 1962:86

¹³ Para este caso, ver: R.A. CC., leg. 98, cuad. 1036, 1810

¹⁴ C.CC., leg. 33, cuad. 557, 1775

¹⁵ id. leg. 84, cuad. 1569, 1798

¹⁶ S.G., leg. 28, cuad. 899, 1802

ramas diferentes, según la mercadería puesta a venta. Habían por ello: cajones de fierro viejo, de zapatos, de paños, e incluso -según la descripción de Cordova y Urrutia, para 1839- se diferenciaban con exclusivos productos como suelas, sedas y víveres.

Se debe hacer mención además, que para una cabal organización de las estadísticas en tiempos de censos comerciales, se dividían en tres grupos o ramas principales: Cajones de Rivera, Fierro Viejo y de otros comercios, por su amplitud de cada uno para conformar agrupaciones. Esto se denota también en los encabezamientos de alcabala que se cobran por gremios, como el de 1775. Es interesante ver para este tipo de negocio, cual era su disposición económica dentro del comercio limeño, que sólo a tientas toca Flores Galindo, cuando menciona la expansión de inversiones de los grandes comerciantes, lo que no es genérico ni definitivo para una directa apropiación¹⁷.

Lo que parece sí apropiado y confluente, es el interés para el movimiento de sus negocios con otros sectores económicos y sociales del circuito comercial limeño, esto, para ponerle un ámbito de expansión en sus relaciones y la estrategia de "introducir algunos mecanismos que acelerasen la circulación comercial"¹⁸.

178

A continuación mencionaré los productos que caracteriza un cajón de mercancías:

- Clavos, tachuelas y tornillos
- Hilos, jebes y cera
- Candados, cuchillos y serruchos
- Botones, hojuelas y anzuelos
- Pitas, cuerdas y cintas
- Cordobanes, badanas y plumas.
- Faroles, embudos y tijeras
- Gomas, botellas, barriles y pinceles
- Papel, libros y folletos.

LA PANADERIA era en el Virreinato la "casa de abasto de pan, es decir, el lugar donde se elaboraba el pan y se trasladaba para su venta"¹⁹. La Academia Española de la Lengua, en 1726 y 1803, la denomina "el sitio, casa o lugar donde se hace o vende el pan". Esta será la acepción genérica de su función desde el siglo XVI hasta hoy, pero con el peculiar sentido que desde el siglo XVII se menciona panadería como "el oficio de los panaderos".

¹⁷ Los casos de propiedad se dan sólo en varios personajes, contrastando con el número total, que en el capítulo final los detallo. Para ello se menciona al Marqués de Montemira, José Matías de Elizaide, Juan de Encalada y el Conde de Fuente Gonzales. (Flores Galindo, 1991:58)

¹⁸ Flores Galindo, id.

¹⁹ Mejía, 1993:67

Esta rama industrial estuvo ligada en la colonia con la llamada "industria alimenticia", que estuvo representada por "panaderos, pasteleros, camaleros, mantequeros, chocolateros, confiteros, cigarreros y limpioneros"²⁰.

Mucho se ha venido estudiando la conducta social dentro de la función de esta industria²¹, pero se deja de lado aspectos que tienen que ver con la propiedad en sí, y las formas de acumulación gananciosa de sus propietarios. Algo que me parece más trascendente como institución cotidiana y económica.

Es por ello que el prejuicio contemporáneo que se tiene sobre la panadería trasluzca opiniones de desafío, que eran comunes en su época, y no podrían establecer una exclusividad elemental de la Colonia²². Algo más superado en cuanto al análisis de su función nos la da Maribel Arrelucea, cuando concluye que la panadería es una parte constitutiva "de los mecanismos punitivos del control social" en la ciudad. Caracterizado por dos actividades cotidianas: el ser centros de trabajo forzoso para su producción, y su necesaria inclusión como centro correccional y de castigo.

Los panaderos sustentan su status económico por tres factores de propiedad: disposición de un mancomún con un gran comerciante, libre habilitación individual (la mayoría), y también por amplitud o extensión de negocios que tendrán en otras ramas del comercio limeño, como pastelerías y tiendas, son los casos de los hermanos Chávez en 1801²³ y los Aldón en 1812²⁴.

III. REDES Y CARACTERES INMOBILIARIAS

La mayor parte de los comercios y sus características mencionadas tienen amplia recurrencia en los documentos por su condición móvil, pero poca información, en cuanto a la esencia de su negocio: las inversiones; todo lo cual se puede establecer por otras vías de carácter judicial: el de casos gremiales contables y fiscales, y así establecer la participación amplia de personajes económicos, ya sea en traspasos, arrendamientos, mancomún, y otras obligaciones de pago y precio, que en varios casos poco acataban. Para ilustrar mejor el aspecto de una constitución de compra-venta, he confeccionado –a partir de los documentos– tres características básicas de los problemas que aquejaban a las partes de un negocio:

²⁰ Quiroz Chueca, 1995:15

²¹ Flores Galindo, 1991; Mejía, 1993; Arrelucea, 1996, y Aguirre, 1988.

²² La remitencia de Flores Galindo a una violencia específica, en las panaderías, no es conducente sin una variada base documental. Sino, será tan sólo, una tendenciosa hipótesis de trabajo.

²³ C.CC., leg.11, Cuad. 146, 1801

²⁴ id. leg. 23, cuad. 379, 1812

- 1) Que cada venta-traspaso se realizaba por fijación de "avaluación", en la cual se englobaban 3 variables de un precio del negocio:
 - a. La llave de "juanillo", que es el derecho de propiedad del que traspasa, que incluye la ubicación del local.
 - b. Los "efectos vendibles" encontrados en cada establecimiento.
 - c. Los "trastes muertos", que vienen a ser los muebles e instrumentos del negocio.
- 2) El que oferta el negocio vendía la propiedad física del local, mas no el terreno de ella, que era propiedad del dueño de la casa, quien cobraba por ello el arrendamiento necesario. En esos términos se confunde muchas veces la característica de un propietario que podría llamarse: Dueño, arrendatario, administrador e inquilino, para cada caso específico.
- 3) La generalización y constancia móvil de esta forma de traspaso, que a partir de estas fechas adquieren una gran presencia, en relegación del arrendamiento que resulta para el dueño una forma perjudicial de negocio, porque mientras que él pudiera vender su local -enmarcada en "una pieza de la casa" -podía tasar íntegramente el valor de dicho terreno y "pieza". Mas cuando lo ponía en arrendamiento, éste sólo cobraba un porcentaje inferior para su satisfacción, por lo que se abocaba cotidianamente al aumento de este cobro. Y todo lo cual le servía para mantención o inversión en otras propiedades o comercios.

Estableciendo una comparación en los precios que se tasaban los traspasos, podemos mencionar que para los tres negocios existía un precio sugerente a la característica de su inversión; por ejemplo, para las pulperías el porcentaje mayor se encuentra entre 100 y 500 pesos (ver cuadro 2), que predispone una mediana valía al rango económico; esto se sugiere de dos años seguidos por el cobro del cabezón del alcabala: 1777-78. Todo lo cual se contrasta con las evaluaciones en casos particulares de otros años. Los cajones en cambio, son ya negocios de mayor valía e inversión, precisamente en estos dos años sugeridos se muestra que el precio promedio alcanza la cifra de 591 pesos, el cual es comparado equivalentemente con traspasos de otros años del período citado, y se asemejan en la proporción mayoritaria de 500 a 1000 pesos, salvo algunas excepciones. En cambio las panaderías configuran una industria de mayor aporte de capitales, para ello se proporciona un precio base de más de 1000 pesos.

Todo lo dicho se comprueba con la sugerencia de la movilidad y permanencia de estos negocios. Existe una proporción correlativa entre el factor inversión monetaria y seguridad del negocio. Por ejemplo, para los casos de los años 1777-78, se comprueba que de los 107 traspasos de negocio, 91 son de las pulperías, 4 de cajones y ninguna panadería. Todo lo cual se asemeja con su respectiva proporción en el carácter del negocio a invertir. (cuadro 1).

Además, este movimiento de pulperías se da específicamente por casos singulares, como el que entre los mismos propietarios se venden y traspasan sus negocios, denotándose por ello el afán de sacar ventajas acaparando variada inversión. Para estas redes podemos mencionar varios personajes como Laureano Salazar, Andrés Sofía y Francisco Gómez. Pero el caso más destacado, por su proporción y movimiento, es el de Francisco de los Reyes que, para 1777, traspasa 4 pulperías (compra 3 y vende 1) con la particularidad que en 18 días compra una en la calle de Piti, a 157 pesos, y lo vende a otro en 273 pesos; es decir, con una ganancia del 75%, que no sólo significa especulación sino inversión o mejoramiento del negocio. (cuadro 3).

Es en este año de 1777 que encuentro los precios de mayor y menor cantidad para su traspaso, en todo el período tratado y buscado hasta ahora. Es el caso de la pulpería ubicada en la esquina de las Animas, que se vendió a don Yldefonso de Armas y Manuel Gonzales por parte de Rafael Campiño, en 5187 pesos, algo extraordinario para la inversión de pulperías. Y del otro lado tenemos a la pulpería en la calle del Pozo, que se tasó en sólo 56 pesos 1 real, comprado por Miguel Gracia a José Cordova. Esto permite apreciar las diferencias que existían en su variada inversión y el consiguiente móvil de venta. Todo ello configura lo que se podría encontrar en otros padrones de traspasos, que si bien ahora he mencionado ejemplos dispersos, éstos resultan ser los indicios por los cuales se enrumba mi investigación.

En la introducción mencioné aspectos de surgimiento y capacidad de negocio de diversas personas y grupos, pues bien, ya he mencionado algunos, pero si nos atenemos a mayores perspectivas, podemos mencionar otras que se explican mejor y en detalle: Carlos Fornier que arrienda, en 1786, 11 tiendas de negocio en la calle de Mantas²⁵; Andrés Frenez, quien en 1749 compra un cajón de fierro viejo, y cuando fallece en 1785 deja ya como herencia el cajón en apogeo, criados, calesa, 2 casas y una suficiente cantidad de plata labrada²⁶. Y en cuanto a inversión de panadería, podemos mencionar a la parda Francisca Jauregui (Olavide), que de chichera y empleada de camal (rastros) por muchos años, pasa en 1791 a invertir sus ganancias en abrir esta industria²⁷. Debemos mencionar además, que si bien en la mayor parte son gente que pertenece a sectores medios y bajos del vecindario limeño, también los hay con acceso a la nobleza y los grandes comerciantes; no serán directamente los involucrados en su despacho, pero lo manejan a través de intermediarios, administradores o en mancomún; tal cual los menciona Flores Galindo, y los que yo he podido encontrar en otras fuentes. (ver cuadro 4).

²⁵ id. id. 55, id. 1060, 1785

²⁶ S.G. id. 23, id. 654, 1793

²⁷ A.L. 619-212, 1777

Otras 2 últimas variables importantes para estos negocios, se pueden resumir de la siguiente manera: El acaparamiento de negocios puede traer a colación la ruina de otros, porque con la entrada de la afluencia y por tanto, competencia, especialmente en las pulperías, se producen las ventas por fracaso, y por lo que se nota en varios documentos, los malos manejos, que imposibilitan la rentabilidad e inversión progresiva. Por ello se denotan como en 1777, se venden 4 pulperías a 2 negociantes conocidos. Juan Pérez el 4 de setiembre vende sus 2 pulperías a Francisco Gómez por 1376 pesos; y Juan Delgado lo hace a Jacinto Espinoza en 1986 pesos 2 reales²⁸.

La otra variable es más importante, a mi parecer, y tiene que ver con la conformación de propiedades familiares, y entre hermanos específicamente, que ubican sus negocios en diferentes zonas pero que tienen relación mutua o de ganancias particulares en paralelo. Esto se verifica por la relación positiva, que ya he verificado, y son: Eugenio y Juan Mora (pulperos, 1757), Manuel y Alejandro Aldón (panaderos, 1812); Laureano y Santiago Salazar, (pulperos, 1777), Clemente y Antonio Castellanos, (pulperos, 1778); Josefa y Bartolomé Chávez, (panaderos, 1801); y se incluye a Inés y Teresa Basares, (cajoneras por herencia en 1803).

182

IV. LAS UBICACIONES Y SU TRASCENDENCIA NUMÉRICA

Las pulperías se ubicaban preferentemente en las esquinas, porque era la costumbre utilitaria de ser miradores de dominio que abarcan 4 calles confluyentes, pero además tenían que estar en barrios y calles concurridas en donde se podía expender con mayor público y ganancia, a la par que satisfacer las necesidades del vecindario. Y para esto se requería un estudio de los negociantes y las posibilidades de algún vecino que podía abrir este servicio. Existen varios expedientes que nos informan y detallan por estos factores, un pleito determinado. Es el caso categórico de don Cipriano Villasca quien alega para su defensa, en 1782, un fundamento común a todos los negocios de pulpería en el derecho de costumbre, dice, que toda compra o arrendamiento "depende de la estimación moral que se le da a una pulpería por las ventajas del lugar donde éste situada (y) que la hacen (por ello) más estimable a causa de la mayor proporción que logra para expender sus efectos"²⁹.

Según Buenaventura de Salinas, existían en 1630 alrededor de 250 pulperías en toda la ciudad, notándose la efervescencia exagerada del autor, pero que ya configura una presencia importante y necesaria, que al decir de Juan Bromley, quien ha estudiado las ordenanzas y el libro de Cabildos, era natural, porque

²⁸ C.CC., leg. 47, cuad. 851, 1782: fol. 1

²⁹ Bromley, 1942: 553

“el número de pulperías lo determinaba el propio ayuntamiento, consultando las necesidades de la población”³⁰.

Veremos con más detalle la evolución de las pulperías, según datos y referencias de variadas fuentes, en el siguiente cuadro:

AÑOS	CANTIDAD
1701	178 (A)
1705	167 (B)
1775	314 (entre bodegas y pulperías) (C)
1790	287 (D)
1819	300 (E)
1839	275 (junto con bodegas y chinganas) (F)

FUENTES: (A) Consulado, leg. 115. (B) Gremios, leg. 2 (C) Colección Documental de la Independencia, Tomo I, vol.3, pg. 18 (D) Mercurio Peruano, 1964, tomo 1 (E) Según las estimaciones de Multatuli, 1945, pag. 14 (F) Cordova y Urrutia, 1839, pag. 40

Si comparamos este cuadro de pulperías, con el crecimiento demográfico de Lima en la segunda mitad del siglo XVIII (cuadro 5), podremos darnos cuenta de la magnificencia del negocio que se expande cotidianamente, en desproporción del lento recuperación poblacional, después del terremoto de 1746.

Estas cifras no engañan la vista de su proporción económica, y ello se contrasta con los casos particulares, que se denotan en los casos contenciosos. Para demostrar la afluencia y la particular característica de sus ubicaciones, he elaborado un plano (Nº 1), por el cual se ha seguido la disponibilidad y el abasto que daba al vecindario. Se podían encontrar en calles seguidas, casi juntos en una calle concurrida, y su crecimiento en este período abarca los últimos rincones de la ciudad.

Pero aún no se puede concluir que la rentabilidad del negocio estaba de acuerdo a la ubicación, porque éste sólo era una variable de la venta general. Su importancia trasciende en los documentos, para no relegarlo de las condiciones de un traspaso, como por ejemplo sucedía con los cajones, que tenían áreas especiales con una evaluación genérica, y figuraba junto al juanillo o llave del negocio. Para ello se estudiaba la oferta, y se hacía todo lo posible para adquirir el derecho de venta. Es el caso de don Juan Durán, quien para 1783 se desprende de una tienda suya, para poner un cajón de

³⁰ C.CC., leg. 57, cuad. 1116, 1786

mercancías en la calle de las Mantas, costándole 100 pesos por el juanillo³¹. Todo lo cual es ínfimo, si lo comparamos con el precio de la llave y juanillo por un Cajón de Rivera, que en 1807 se vende en 1600 pesos a don Matías López³². Otro factor que resalta en estas prerrogativas es el precio del arrendamiento del local, que para el primer caso se fija en 8 pesos mensual, mientras por el otro se cobraba 20 pesos. Pero lo más seguro para sus bases de venta, lo constituía el aval de inversión dentro del negocio, porque sino como demostrar que, para 1796, se pague por la llave de traspaso, tan sólo 83 pesos 5 reales, y esto por un cajón de zapatos en la calle de Palacio³³.

Precisamente estos cajones se ubican en alrededores de la Plaza Mayor, donde funcionaba la "feria" -catu o tiangez, dicen otros autores- más grande de la capital, y que ya desde los primeros años del Virreinato se forjó a esta actividad³⁴. Incluyendo para sus fueros Reales, las tres características de toda plaza hispanoamericana: festividad, mercado y justicia. Que al decir del historiador español Bonet Correa, constituye "la síntesis de lo urbano como carácter colonial"³⁵.

184

Las calles principales de su establecimiento comercial, se centró en varios tramos adyacentes a la Plaza, como: La calle Real, Palacio, Los Portales, Mercaderes, Espaderos, Judíos, y Bodegonos (ver plano N° 2). Otra calle de importancia lo constituía la de Desamparados que, para comienzos del siglo XIX, encuentra desbordante y gananciosa con sus cajones y tiendas³⁶.

El Cabildo Limeño tenía también injerencia en la propiedad de algunos cajones, tal como nos demuestra Multatuli en su clásico libro *Calles de Lima* (1945, 2 t.).

En 1562, el virrey Conde de la Nieva concede al ayuntamiento, propiedad para la construcción de cajones en la Plaza y Desamparados, la cual se acrecienta, pero también se extingue por períodos en el siglo XVII y XVIII; ya para 1792, nos informa Multatuli, sólo restaban como suyos, unos cajones trasladados a la calle de Pescadería y varias tiendas en Desamparados³⁷.

Esta exclusiva zona comercial es famosa, además, por los tan mencionados y pintados "Cajones de Rivera" (gráfico N° 1), de quien denigra por su suciedad Porras, cuando menciona que eran "inmundos tenduchos" que daban mal vista al frontis-

³¹ id. id. 12, id. 162, 1807

³² id. id. 80, id. 1515, 1796

³³ Riva Agüero, 1959:68; y, Porras, 1959:16

³⁴ Bonet Correa, 1986:80

³⁵ S.G., leg. 30, cuad. 958, 1804. Debo también aclarar que a esta calle fue cerrada para el negocio de cajones en 1670, cuando los jesuitas de la iglesia de Desamparados compraron estos puestos que eran del Cabildo, porque daban mal aspecto a su entorno. (Multatuli, 1945:76)

³⁶ Multatuli, id. : 76 y 82

³⁷ Porras, 1987:22

picio de la residencia del Virrey³⁸. Se llamaron “de Rivera” por ser él -Nicolas de Rivera, primer alcalde de Lima- quien las introdujo en la ciudad del siglo XVI³⁷.

En cuanto a su número, desde 1630, nos dice Buenaventura de Salinas, que sólo en épocas de feria podía ver “más de 200 caxones públicos donde se trajinaban de todo y para todos”, pudiendo serlo entre tiendas y bodegas juntos, porque sólo en 1775 se supera esta cantidad aproximada. Y para ello podemos ver a continuación un esbozo de la evolución del negocio para el siglo XVIII y mediados del XIX:

AÑOS	CANTIDAD
1701	197 (A)
1705	182 (B)
1716	146 (C)
1775	205 (D)
1826	82 (E)
1839	126 (F)

FUENTES: (A) Consulado, leg. 115 (B) Gremios, leg. 2 (C) Consulado, leg. 115 (D) Colección Documental de la Independencia, Tomo 1, vol. 3 (E) Quiroz Chueca, 1991 (F) Cordova y Urrutia, 1839

185

Se puede denotar, con este gráfico, la relación proporcional que puede tener con las coyunturas del comercio exterior, es por ello que para 1775 se nota un auge, que coincide con el período de la apertura al libre comercio desde 1778. Ya para 1826, se menciona en un padrón general de gremios, la cantidad ínfima de 82 cajones, que predispone con ello la debacle muy pronunciada del comercio y su consiguiente descapitalización que generó nuestros conflictos por la Independencia. Se demuestra ello con los valiosos informes de comercio de los Cónsules Británicos, en 1826 y 1834; y en la parte oficial, por la Memoria del Ministro de Hacienda, don Hipólito Unánue, en setiembre de 1822⁴⁰.

En cuanto a las panaderías, tenían una ubicación casi especial. Según Yolanda Mejía porque se encontraban cerca de una casa religiosa, ya sea convento, iglesia o monasterio, y por tal tenía la denominación de su calle⁴¹. Lo cual se descarta,

³⁸Patrón, 1935:23

³⁹Bonilla (ed.), 1975:21; y, Unánue, 1975, Tomo II:361

⁴⁰Mejía, 1993:68

por las conclusiones de Flores Galindo y Maribel Arrelucea, que estudian sus reglamentaciones gremiales, y los cambios a que se atiene su ubicación⁴². Todo ello contrastado por documentos de Superior Gobierno, que evidencian las reformas de control por parte del visitador Escobedo, en 1787, pronunciándose en Bando de 1791 las preferencias estudiadas de ubicación, lo cual se da en "arrabales y suburbios, para así proteger a las grandes casas de los riesgos que parecían tener como inherentes, incendios o sucesos criminales".

La consecuencia de la reglamentación de 1787, lo podemos notar en el plano N° 3, donde se ubican las panaderías existentes en 1805, cuando son convocadas para una postura de manteca, y vemos que ya los sitios predispuestos en lícita industria, son cumplidos a cabalidad. Claro, con una que otra permisibilidad por parte del Cabildo, como en el caso de la instalación de una panadería en la calle del Serrano, propiedad en 1793 de Francisca Jauregui (Olavide). (Ver anexo 1)

Para el detalle de su número en variadas fuentes, he elaborado el siguiente cuadro evolutivo, que sugiere las invocaciones mencionadas anteriormente

AÑOS	CANTIDAD
1777	23 (A)
1787	46 (B)
1790	48 (C)
1793	43 (D)
1805	37 (E)
1839	28 (F)

FUENTES: (A) Presentes en un informe de compra de trigo. Cabildo, Gremios, leg. 3 (B) Cab., C.C., leg. 19, cuad. 517, 1787 (C) Mercurio Peruano, 1964, Tomo 1 (D) Sup. Gno., leg. 23, Cuad. 654, 1793 (E) Cab., Gremios, leg. 5 (F) Cordova y Urrutia, 1839.

⁴¹Flores Galindo, 1991:130; y, Arrelucea, 1996:133

⁴²Flores Galindo, id. La fuente documental de la reglamentación es de: S.G., leg. 23, cuad. 654, 1793, Por la que también se dispone una limitación de sólo 40 panaderías para la satisfacción del vecindario.

SIGLAS UTILIZADAS

- B.N.P.-S.I. : Biblioteca Nacional del Perú - Sala de Investigaciones
- C.G. : Cabildo-Gremios
- C.CC. : Cabildo-Causas civiles
- R.A.-CC. : Real Audiencia-Causas civiles
- S.G. : Superior Gobierno
- A.L. : Aduana de Lima

Anexo 1

Las Areas lícitas para abrir Panaderías, en 1787, eran; las calles siguientes:

Maravillas	La Merced
Plazuela de Mercedarias	Santa Catalina
Buenamuerte	Santa Teresa
San Francisco	Jesús María
Desamparados	San Juan de Dios
Del Prado	Santo Toribio
Santa Ana	Santa Rosa la Vieja
Inquisición	Correo Viejo
Santo Domingo	Arzobispo
San Andrés	Las Animas
San Pablo	Los Naranjos
San Agustín	La Encarnación
San Sebastián	Cocharcas.

Reformándose para 1791 en las siguientes calles:

Portada de Monserrate	Cocharcas
Torrecillas	Naranjos
Ollerías	Maravillas
Portada del Callao	San Isidro
Pampa Calderón	Refugio
Plazuela de la Recoleta Dominica	Sauces de Santa Clara
Bethlemitas	Barranca
Portada de Juan Simón	Tajamar
Guadalupe	Portada de Guía
Lamas	Limoncillo
Doña Elvira	Pedregal
La Pólvara	Tintoreros
Pampa de Lara	Inmediaciones de Acho.

Fuente: S.G., leg. 23, cuad. 654, 1793

CUADRO N°1
MOVIMIENTO DE NEGOCIOS POR COMPRA-VENTA

	1777	1778
Pulperías	48	43
Cajones	1	3
Mistelería/Café	1	1
Tambo	1	4
Alogeria	1	1
Bodegón/Bodega	1	1
Limpioneria	-	1
Total	53	54

188

Fuente: A.L. 619-212, 1777; y, Cons. leg. 115

CUADRO N° 2
PRECIOS DE COMPRA-VENTA DE PULPERÍAS (EN PESOS)

AÑOS	-100	100-500	500-1000	1000+
1777	7	27	10	4
1778	4	27	9	3
TOTAL	11	54	19	7

Fuente: A.L. 619-212, 1777. Y Cons. Leg. 115.

CUADRO N° 3
MOVIMIENTOS Y REDES DE NEGOCIO POR PERSONAJES EN 1777

VENDEDOR- COMPRADOR	NEGOCIO	CALLE	PRECIO (mesos v	FECHA
Laureano Salazar-Fco Cortez	Mistelería	Merced	3472	30/04
José Guevara-Laureano Salazar	Cajón de Fierro	Palacio	1163.3 ½	14/06
Casiano Díaz-Francisco de los Reyes	Pulpería	"la lameda"	93	12/06
Santiago Descabro-Fco. de los Reyes	id.	Esp. De Esplana	564.5 ½	17/06
Juan B. Furate-Francisco de los Reyes	Id.	Esp. De Piti	157.6 ½	01/08
Fco. de los Reyes-Manuel Bernal	Id.	id.	273.1	19/08
Andrés Sofía-Carlos Díaz y Juan Montes	Bodegón	Merced	1200	16/06
Santiago Salazar-Andrés Sofía	Pulpería id.	Santa Rosa "id." Nueva	73.7 254.3 ½	15/11 22/11
Andrés Sofía-Jaime Guaspe Juan Pérez-Francisco Gómez	2 Pulperías	Belen y Esq. De San Juan de Dios	1376	04/07

Fuente: A.L. 619-212, 1777.

**CUADRO N° 4
ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE ALGUNOS PERSONAJES DE LA
CLASE ALTA LIMEÑA**

	1	2	3	4	5	6	7	8
- Sebastián de Aliaga (Conde)				X	X		X	
- Domingo Arnaiz				X				
- Juan Miguel Castañeda	X	X	X	X		X	X	
- Juan Félix Encalada (Conde)				X				X
- Juan Francisco Espinoza				X			X	
- José Gonzales Gutierrez (Conde)	X			X	X			
- Miguel López	X			X				
- Fernando Carrillo (Conde) (A)	X			X				
- Marqués de Montemira (B)	X							
- Marqués de Castellón (C)	X							
- Marqués de Casa Concha (D)				X				
- Andrés Salazar y Muñatones (E)				X				
- Condesa de San Donas (F)				X				
- Manuel Santiago y Rotalde (G)		X		X				
- Marqueza de Castrillón (H)	X			X			X	
- Juan José de los Santos y Agüero (i)	X			X				
- Marques de Villa Hermosa (J)				X				

NOTAS

- (1) Comercio (casa-com., bodega, tienda)
- (2) Armador (propietario de nave)
- (3) Manufactura
- (4) Servicios (panadería, pulpería, etc.)
- (5) Créditos
- (6) Minas
- (7) Haciendas, chacras
- (8) Obrajes

FUENTES

- FLORES GALINDO, 1991: 61-63, y para las demás llamadas :
- (A) Multaluti, 1945 : 7 (pulpería y tiendas) (1800)
 - (B) id. id. : 59 (cajón y tienda)
 - (C) id. id. : id. (cajón y 8 tiendas)
 - (D) id. id. : 10 (pulpería) (1800)
 - (E) id. id. : 18 (id.) (1811)
 - (F) id. id. : 55 (id.) (1791)
 - (G) id. id. : 208 (id.) (1807)
 - (H) Quiroz, 1991 B : 197 (4 casas, pulpería, 3 huertas y 13 cuartos) (1771)
 - (I) id. id.B : id. (1 casa, 4 tiendas, pulpería) (1771)
 - (J) Consulado, leg. : 115 (pulpería) (1778)

**CUADRO N° 5
EVOLUCION DEMOGRAFICA DE LIMA**

1746	60,000	habitantes
1755	54,000	habitantes
1791	52,627	habitantes
1812	63,900	habitantes
1820	64,000	habitantes

Fuente: Flores Galindo, 1991: 52.

BIBLIOGRAFIA

AGUIRRE, Carlos

- 1988 "Violencia, castigo y control social: Esclavos y panaderías en Lima siglo XIX". En: *Pasado y Presente*, N° 1, Lima.

ARRELUCEA BARRANTES, Maribel

- 1996 "Conducta y control social colonial. Estudio de las panaderías Limeñas en el siglo XVIII". En: *Revista del A.C.N.*, N° 13, segunda época, Lima, (pp: 133-150)

BONET CORREA, Antonio

- 1986 "La plaza mayor, generadora de la ciudad Hispanoamericana". En: *Lima a los 450 años*. Lima, Univ. del Pacífico.

BONILLA, Heraclio (comp.)

- 1975 *Gran Bretaña y el Perú. 1826-1919. Informes de los cónsules británicos*. Lima, IEP-Banco Industrial del Perú, , 3 vol.

BROMLEY, Juan

- 1942 "La descifración de los libros de Cabildo de Lima". En: *Libro de Cabildos de Lima*, Tomo X, Imp. Torres Aguirre,. (pp: 529-562).

id. y José Barbagelata

- 1945 "Evolución Urbana de Lima". Lima, editorial Lumen.
1976 *Colección Documental de la Independencia del Perú*, Tomo 1, vol. 3. Lima.

CORDOVA Y URRUTIA, José María

- 1839 *Estadística histórica, geográfica, industrial y comercial de los pueblos que componen las provincias del departamento de Lima*. Lima, Imp. de instrucción primaria.

COROMINAS, Juan

- 1954 *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*. Madrid, edit. Gredos.

DESCOLA, Jean

- 1964 *La vida cotidiana en el Perú en tiempo de los españoles, 1710-1820*. Buenos Aires, Lib. Hachette.

DICCIONARIO DE LA LENGUA CASTELLANA

1726-39 Madrid, Imp. Francisco del Hierro, 6 t.

id.

1803 Madrid, Por la viuda de Joaquín Ibarra.

EGUIGUREN, Luis Antonio (MULTATULI)

1945 *Calles de Lima*. Lima.

FLORES GALINDO, Alberto

1991 *La ciudad sumergida. Aristocracia y plebe en Lima, 1760-1830*.
Lima, editorial Horizonte.

GALVEZ, José

1943 *Calles de Lima y meses del año*. Lima, I.P.C.

GLAVE, Luis Miguel

1989 *Trajinantes, caminos indígenas en la sociedad colonial. Siglos XVI-XVII*. Lima, Inst. Apoyo agrario.

193

HARTH-TERRE, Emilio

1973 *Negros e indios. Un estamento social ignorado del Perú colonial*.
Lima, Lib. Juan Mejía Baca.

MAYO, Carlos (Dir. Grupo sociedad y estado)

1996 *Pulperos y pulperías en Buenos Aires 1740-1830*. Mar del Plata.

MAZZEO, Cristina Ana

1994 *El comercio libre en el Perú, las estrategias de un comerciante criollo, José Antonio de Lavalle y Cortez, 1777-1815*. Lima, P.U.C.

MEJIA CARRILLO, Yolanda

1993 "Panaderías coloniales del siglo XVIII". En: *SEQUILAO* N° 1, (pp. 66-70).

MERCURIO PERUANO (1790-95)

1964-66 Lima, B.N.P. , 12 tomos.

PATRON, Pablo

1935 *Lima antigua*. Lima, Libre e imp. Gil.

PORRAS BARRENECHEA, Raúl

- 1959 "Perspectiva y panorama de Lima". En: *Festival de Lima: Historia*. Lima, consejo Provisional, (pp: 5-30).

id.

- 1987 *El río, el puente y la alameda*. Lima, Municipalidad de Lima.

QUIROZ CHUECA, Francisco (A)

- 1991 *Gremios coloniales peruanos*. Lima, S.H.R.A.

id. (B)

- 1991 "Análisis de un padrón correspondiente a un barrio de Lima. (1771)". En: *Actas del congreso nacional de investigación histórica*. Lima, Concytec, (pp: 193-223).

id.

- 1995 *Gremios, razas y libertad de industria, Lima colonial*. Lima, UNMSM.

194

RAMON CASTELLANOS, Rafael

- 1989 *Historia de la pulpería en Venezuela*. Caracas, editorial cabildo.

RIVA AGUERO, José de la

- 1959 "Lima española". En: *Festival de Lima: Historia*. Lima, consejo provincial. (pp: 65-85).

SALINAS, Buenaventura de

- 1957 *Memorias de las historias del nuevo mundo: Piru (1630)*. Lima, UNMSM.

SOLORZANO Y PEREYRA, Juan de

- 1648 "Política Indiana".

STERN, Steve

- 1986 *Los pueblos indígenas del Perú y el desafío de la conquista española. Huamanga hasta 1640*. Madrid, Alianza Ed.

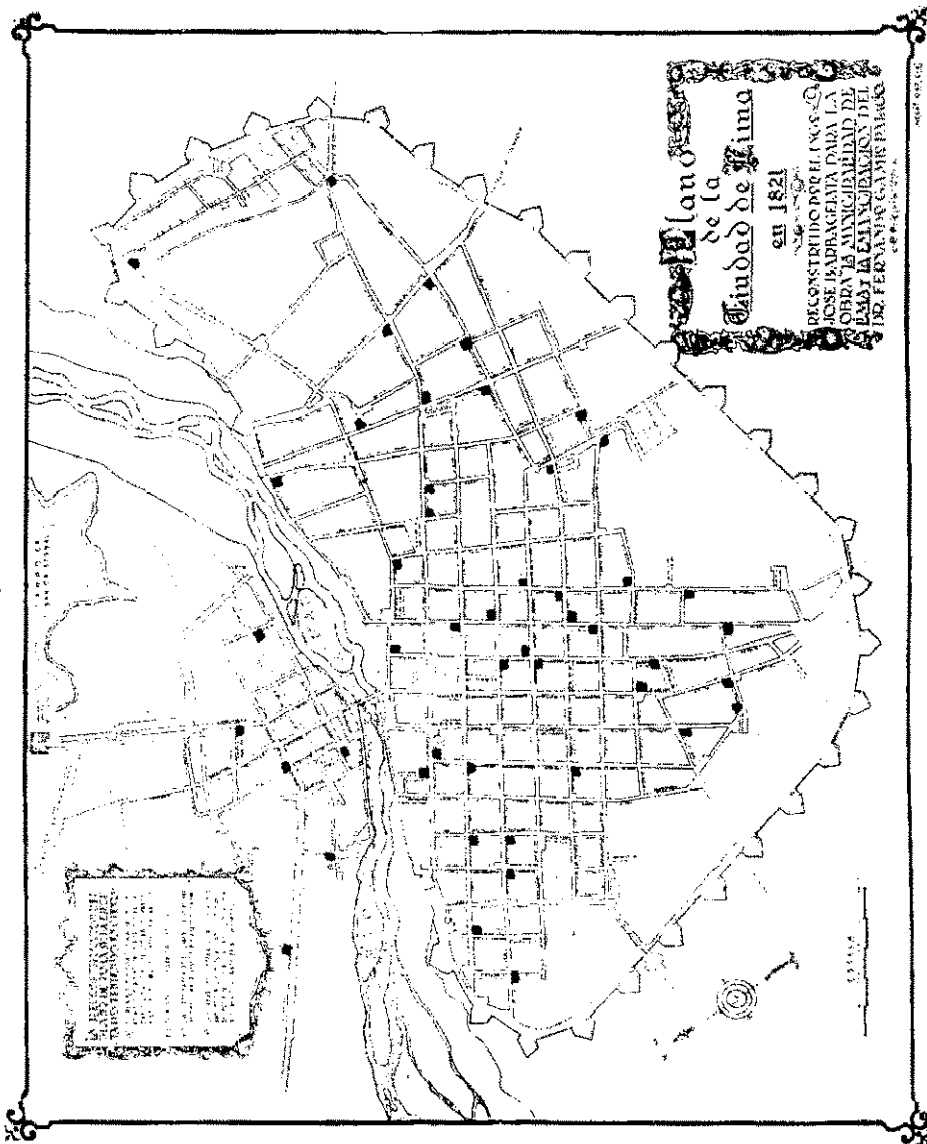
TERRALLA Y LANDA, Esteban de (Simón Ayanque)

- 1924 *Lima por fuera y dentro (1792)* París.

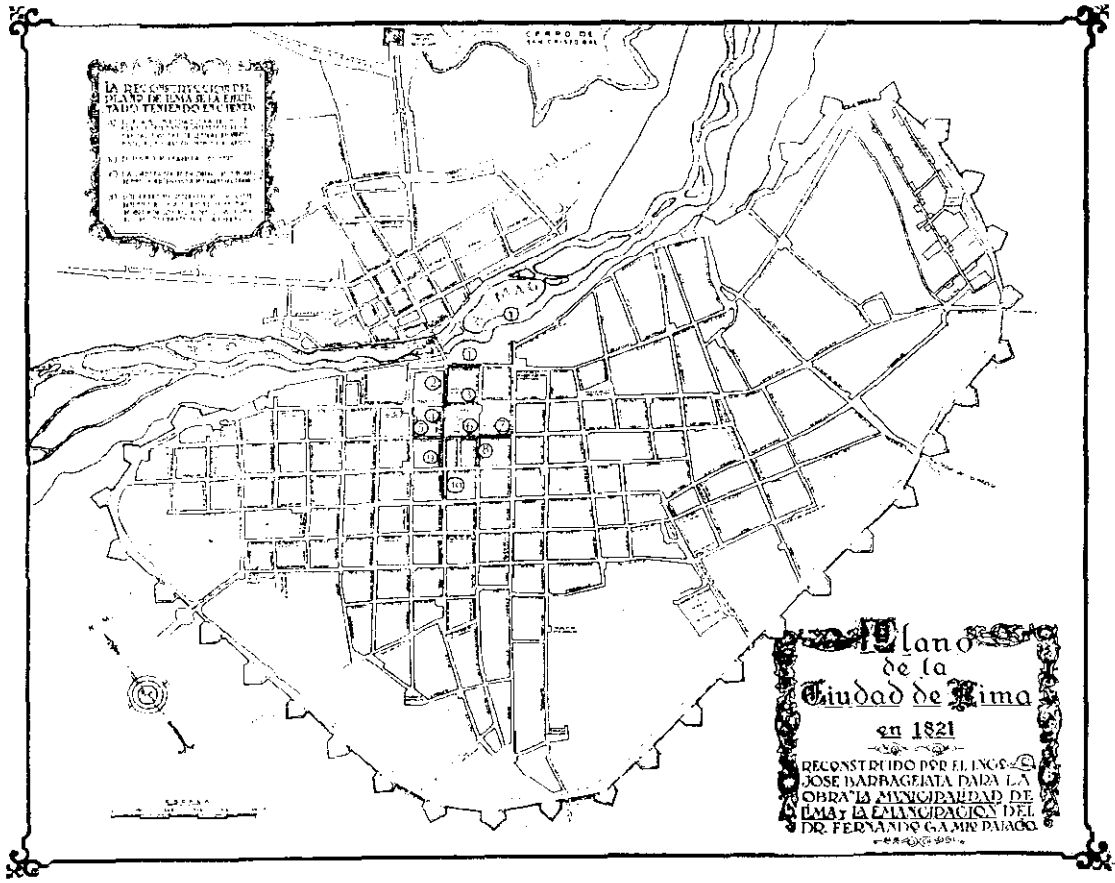
UNANUE, Hipólito

- 1975 "Memoria del ministro de hacienda, Dr. Don..., presentada al Congreso del Perú en 23 de Setiembre de 1822". En: *Obras científicas y literarias*, tomo II. Lima, Editorial Universo, 3 tomos.

Rastreo de Pulperías siglo XVIII



Calles con Mayor Afluencia de Cajones: 1750-1820



- 1 Desamparados
- 2 Palacio
- 3 Caj. De Rivera
- 4 Portal de Escribanos
- 5 Mantas
- 6 Portal de Botoneros
- 7 Judíos
- 8 Bodegones
- 9 Mercaderes "Calle Principal"
- 10 Espaderos

Las Casas-Panadería de 1805 (37)

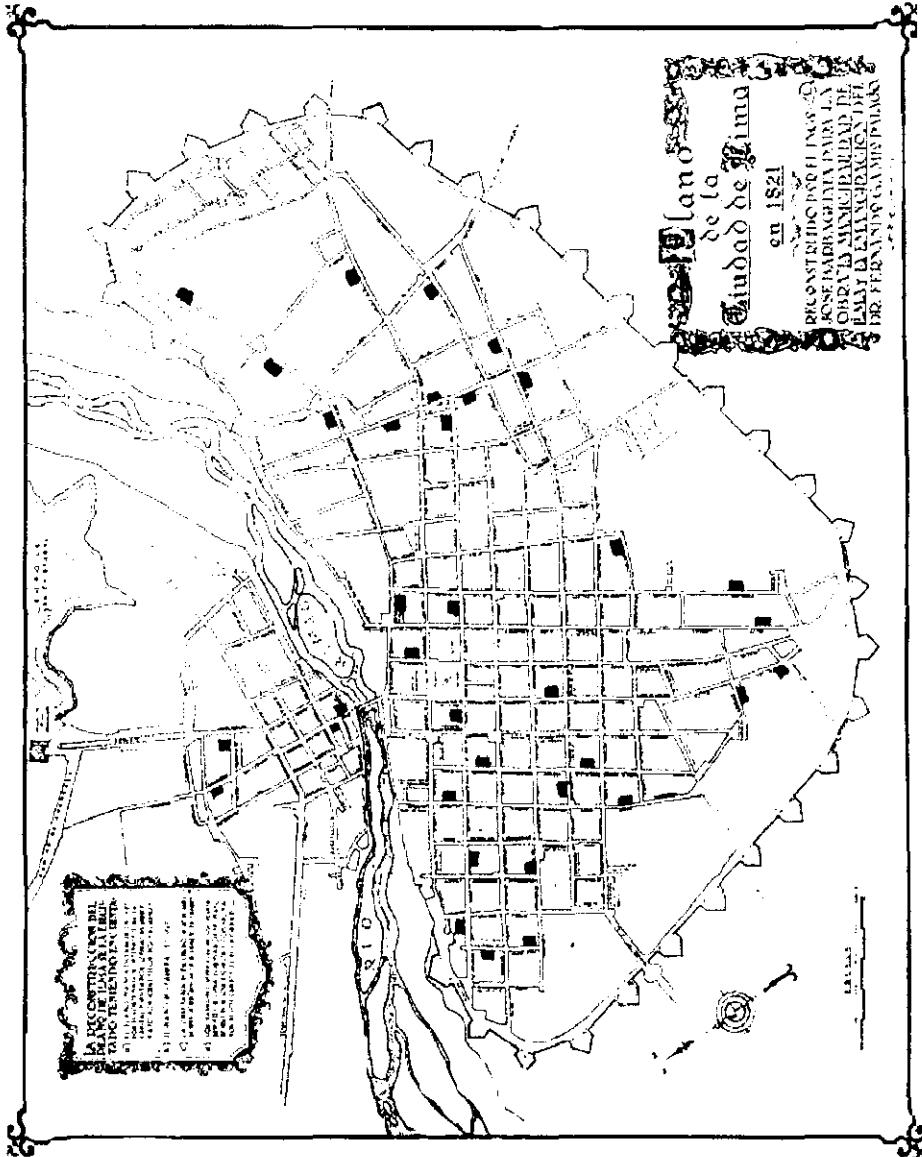


Gráfico 1
Plaza Mayor de Lima. Medios de Siglo XIX
(Persisten aún los Cajones de Rivera)

