



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA
CENTRO DE ESTUDIOS DEL DESARROLLO
ECONÓMICO Y SOCIAL**

**“LA FAMILIA DE COMERCIANTES COMO FORMA DE
ECONOMÍA POPULAR EN EL TIANGUIS DE ATLIXCO,
PUEBLA, PERIODO 1994 - 2020”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN DESARROLLO ECONÓMICO Y
COOPERACIÓN INTERNACIONAL.**

PRESENTA:

Mariano Barrales Cruz

DIRECTOR DE TESIS

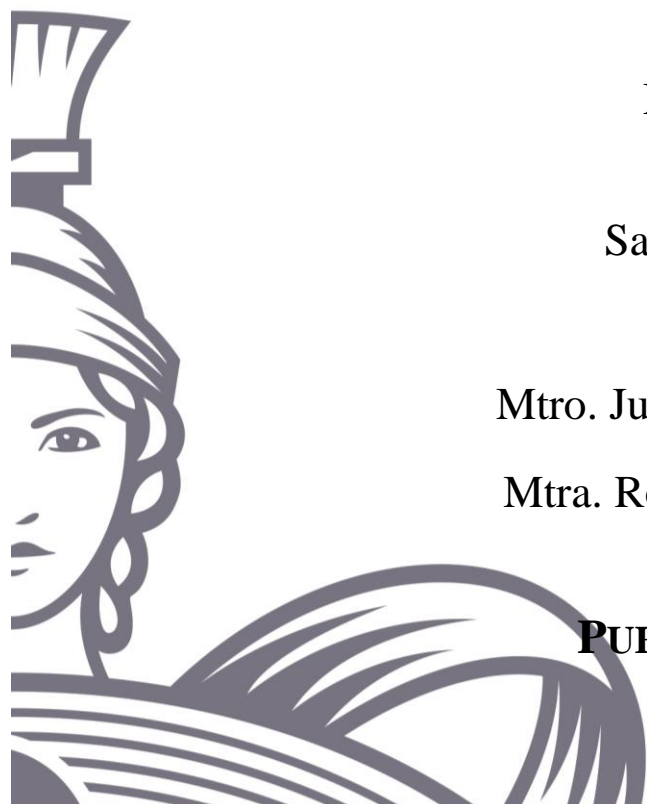
Saúl Enoé Macías Gamboa

COMITÉ TUTORIAL:

Mtro. Juan Isaías Aguilar Huerta

Mtra. Rosa Emilia Haces López

PUEBLA, PUE. MAYO 2023



ÍNDICE

ÍNDICE	2
SIGLAS	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I. CIRCUITO ECONÓMICO, ECONOMÍA POPULAR Y GRUPO DOMÉSTICO	13
Introducción.....	13
1. Mercado popular, identidad colectiva y circuito económico	14
1.1 De la feria europea al mercado nacional: el mercado de consumo como red y su papel cooperativo.....	14
1.2 Alternativas solidarias: ¿A los mercados capitalistas o en los mercados capitalistas?.....	16
1.3 Circuitos económicos solidarios	20
1.4 El tianguis como identidad colectiva	21
2. Mercado público y economía popular	23
2.1 Mercado público y su representación socioeconómica.....	24
2.2 Economía popular y solidaria	25
2.3 Economía popular y circuitos económicos populares.....	27
2.4 Economía cotidiana: la dimensión cultural.....	28
3. Grupo doméstico: el tianguis espacio de producción y reproducción.....	29
3.1 Grupo doméstico: unidad socioeconómica	30
3.2 Grupo doméstico y las estrategias de reproducción.....	31
3.3 Modelos de economía familiar: de Chayanov a Van Der Ploeg	33
3.4 Tianguistas: Identidad colectiva y ocupación no clásica	35
4. Aproximación metodológica	36
4.1 Enfoque del desarrollo regional	37
4.1.1 Desarrollo regional: prioridades y transformaciones territoriales.....	38
4.1.2 Circuito regional y región funcional: Atlixco en el Circuito Regional	39
4.1.3 Escala municipal: desarrollo local y las exigencias sociales.....	41
4.2 Enfoque etnográfico	42
4.2.1 Aproximación biográfica: base familiar.....	43

4.2.2 Aproximación etnográfica: Historias de vida, entrevistas narrativas semiestructuradas, observación participante	44
Conclusiones del capítulo 1	45
CAPÍTULO II. ATLIXCO Y SU REGIÓN: ACERCAMIENTO DESDE EL TIANGUIS COMO MODELO ECONOMÍA POPULAR	49
Introducción.....	49
1. Breve acercamiento socio histórico de Atlixco.....	49
1.1 De los orígenes prehispánicos a la colonia	50
1.2 Independencia, Reforma y Revolución.....	52
1.3 Etapa posrevolucionaria y del nacionalismo de Estado.....	55
1.4 De la transición al modelo neoliberal	56
2. La región funcional de Atlixco.....	58
2.1 Del ecosistema y su patrimonio natural	59
2.2 Aspectos socio demográficos.....	60
2.3 Economía en cifras, sus vocaciones productivas sectoriales	62
2.4 El mercado de trabajo: la PEA sectorial	65
2.5 Entramado social y político	66
2.6 Desentrañando el territorio, contradicciones y posibilidades	67
3. El tianguis de Atlixco.....	69
3.1 Breve historia del tianguis	69
3.2 Integración en el circuito económico solidario.....	70
3.3 Aspectos económicos.....	71
3.4 Implicaciones culturales.....	73
3.5 Marco jurídico e institucional	73
Conclusiones del capítulo II	74
CAPÍTULO III. LAS FAMILIAS DE COMERCIANTES DEL TIANGUIS DE ATLIXCO: UN ACERCAMIENTO A SUS RELACIONES SOCIOECONÓMICAS DESDE LA ECONOMÍA POPULAR, SOCIAL Y SOLIDARIA.....	77
Introducción.....	77
1. Las familias de comerciantes como unidades socioeconómicas	79
1.1 El origen del oficio: Unos nacen, otros se hacen	79
1.2 La dinámica de la organización para la venta	83

1.3 Las necesidades del tianguista, de los espacios de venta, el crédito y la seguridad social	87
1.4 Autoconcepto, ventajas y desventajas del comercio tianguista	91
2. La familia de comerciantes y sus organizaciones gremiales	94
2.1 Las organizaciones de comerciantes: una diversidad homogénea	95
2.2 Los gremios y el ayuntamiento, un somero acercamiento	97
2.3 Relaciones inter gremiales	99
3. La familia de comerciantes y la autoridad pública	100
3.1 La mirada desde el Ayuntamiento	101
3.2 La mirada desde los comerciantes	102
3.3 Apuntes para una mejora administrativa	105
4. Familia, tianguis y región funcional	106
4.1 Inserción de la familia tianguista en el comercio de la región funcional	106
4.2 El tianguis, crisol de la región funcional	109
4.3 Límites y posibilidades del tianguis y la región funcional	111
Conclusiones del capítulo III	114
REFLEXIONES FINALES	116
REFERENCIAS	121

SIGLAS

CPEUM. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

CTM. Confederación de Trabajadores de México.

CROM. Confederación Regional de Obreros de la República Mexicana.

EUA. Estados Unidos de América.

FROC. Federación Regional de Obreros y Campesinos.

INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

PAN. Partido Acción Nacional.

PRD. Partido de la Revolución Democrática.

PRI. Partido Revolucionario Institucional.

PROCAMPO. Programa de Apoyos Directos al Campo.

SIGP. Sistema de Información Geográfica de Pobreza.

URSS. Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Uso del suelo de los municipios que integran la región funcional.

Tabla 2. Crecimiento poblacional de la región funcional de 1990 a 2020

Tabla 3. Cantidad de hablantes de lenguas indígenas.

Tabla 4. Superficie sembrada y cosechada, con el valor de la producción.

Tabla 5. Segmentación del mercado de trabajo por sectores económicos.

Tabla 6. Datos para el etiquetado de los colaboradores.

RESUMEN

La presente investigación busca caracterizar las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales de las familias de comerciantes del tianguis del municipio de Atlixco en el estado de Puebla, en un periodo que abarca del año 1994 al 2020. Para ello la familia de comerciantes se define como un grupo doméstico que tiene un carácter dual: 1) Es la organización que busca la reproducción de la vida social, es decir, que satisface las necesidades básicas que permiten a la persona crecer y desarrollarse; y, 2) Es una unidad socioeconómica base de la economía popular.

Además, se pretende visibilizar el papel que tiene el tianguis dentro de la región funcional de Atlixco, Puebla, la cual está compuesta por los municipios de Huaquechula, San Diego la Mesa Tochimiltzingo, Tianguismanalco, Tochimilco y su homónimo. Así, se presentan de manera general los rasgos sociodemográficos, económicos, políticos y ambientales de este territorio.

Por tanto, esta investigación se basa en los puntos de concordancia y diferencia entre los sistemas de economía social y solidaria, y las prácticas cotidianas de los tianguistas, lo cual se logra mediante las entrevistas realizadas a estos últimos.

Palabras clave: *tianguis, comerciantes, Atlixco, economía social y solidaria, economía popular, región funcional.*

ABSTRACT

The current research pretends to characterize the social economic, politic and cultural relations of the merchant families of the street market in the municipality of Atlixco in the Puebla State, for the period of 1994 to 2020. To achieve this, the merchant family it is defined as a domestic group that holds a dual character: 1) It is an Organization that allows the reproduction of the social life, which means satisfying the basic needs that permit the develop of the person; and, 2) It is a socioeconomic base unit of the popular economy.

Hence, this text pretends to make visible the role of the the street market inside the functional region of Atlixco, Puebla, which is formed by the municipalities of Huaquechula, San Diego la Mesa Tochimiltzingo, Tianguismanalco, Tochimilco and it´s homonym. In light of this,

the general sociodemographic, economic, politic and environmental aspects of the territory are presented as well.

Therefore, this research is based on the concordance and difference points between the social and solidarity economy Systems, and the regular practices of the Street merchants, which are shown in the interviews held with them.

Keywords: *street market, merchants, Atlixco, social and solidarity economy, popular economy, functional region.*

INTRODUCCIÓN

Los tianguis son una forma de organización socioeconómica existente en prácticamente todas las sociedades humanas. Para el caso nacional, sus orígenes como los conocemos se presentan en la época colonial, donde se sincretizan los modelos económicos indígenas e hispánicos, siendo desde entonces el lugar por excelencia donde el grueso de la población adquiere insumos básicos para la subsistencia, sobre todo aquellos referentes a la alimentación.

El tianguis no es solamente un espacio de compra venta, sino que se yergue como una forma de organización colectiva donde se ven reflejados los rasgos económicos y culturales característicos de una región. En este lugar coexisten de forma indiferenciadas las distintas clases y grupos sociales, por lo que en ellos se viven experiencias profundamente horizontales y populares.

Estas formas de organización socioeconómica tienen una amplia trayectoria histórica, sin embargo, es a partir de la década de 1980 cuando comienzan a tener un auge inusitado, pues con la crisis económica e imposición del denominado modelo económico neoliberal, la ausencia de trabajos formales suficientes orilló a amplias capas poblacionales a buscar en el comercio informal el medio de subsistencia¹.

Aunado a lo anterior, el referido modelo neoliberal trajo consigo el desplazamiento de los sectores económicos primarios y secundarios, dando por resultado un abrupto incremento del sector terciario. Los trabajos generados por ese sector cubrieron en gran parte la demanda de trabajo, no obstante, dichos trabajos son poco productivos, altamente demandantes y usualmente carecen de prestaciones laborales legales como de seguridad social. Este modelo económico sigue siendo el vigente en nuestro país, por lo que su visión meramente economicista es hegemónica en el imaginario social de la población y gran parte de la administración pública.

Ahora bien, la duradera crisis económica, social y ambiental que ha traído el modelo neoliberal ha sido igualmente percibida por diversos grupos sociales, particularmente en las universidades y la clase trabajadora, por lo que se ha buscado desde hace tres décadas indagar y promover alternativas que permitan reducir los efectos nocivos del mismo, a la par de instituir otros

¹ Los procesos de urbanización acentuados durante la década de 1970 también contribuyeron a la necesidad de trabajos, sobre todo por la migración interna del campo a la ciudad.

modelos de desarrollo más justo y humanos. De allí que la economía social y solidaria se investigue e impulse de forma notoria desde esas fechas.

A la par de lo anterior, es importante apuntar que los procesos de desarrollo no pueden entenderse de forma unilateral y aislada, sino que deben abordarse de forma holística y compleja. En este sentido, cuando buscamos entender los procesos que ha experimentado el tianguis principal de un municipio, forzosamente tenemos que plantear el hecho de que este se asienta en el centro de una región funcional, la cual está unida por rasgos comunes que abarcan los histórico, económico, cultural, político y social. Incluso, podemos referir que el tianguis es el sincretismo de la región funcional, en tanto el conviven las diversas clases y grupos sociales, así como se concreta la venta de los productores regionales.

Concatenado con esto, tenemos que el tianguis es una de las formas más importantes que tiene la economía popular, y que está conformado por familias de comerciantes que se constituyen como unidad socioeconómica básica de esta última. De este modo, conocer a mayor profundidad a la familia como ente económico, a la par de reproducción social, es también ampliar el conocimiento sobre el tianguis y la economía popular.

Por lo anterior la presente investigación tiene como objetivo principal identificar las características de las relaciones sociales, laborales, gremiales e institucionales de las familias de comerciantes del tianguis de Atlixco, Puebla, en un periodo de actividad de 1994 a 2020, con la intención de comprender los alcances del modelo de economía popular, social y solidaria que se expresan en ellas. Se ha caracterizado a la región funcional a través de los cinco municipios que la integran, Atlixco como centro, y Huaquechula, Tianguismanalco, San Diego la Mesa Tochimiltzingo y Tochimilco como periferia. Por ello se tiene como objetivos particulares:

- Analizar al tianguis como forma de la economía popular, social y solidaria en el contexto local, regional.
- Comprender las características de la región funcional de Atlixco, centrándonos en su desarrollo histórico, político y económico.
- Investigar las características de las relaciones sociales, laborales, gremiales e institucionales de las familias de comerciantes del tianguis de Atlixco, Puebla, en un periodo de actividad de 1994 a 2020.

La presente investigación es exploratoria, tiene un enfoque cualitativo y usa como principal instrumento de obtención de datos la entrevista semiestructurada, la etnografía y la observación participante. Como principal fuente teórica se fundamenta en los estudios de la economía popular, social y solidaria. Los datos se consiguieron mediante entrevistas a profundidad a 10 tianguistas y a un burócrata con amplia experiencia en el rubro, asimismo se entrevistó de forma rápida a otros 5 tianguis², así como a varios inspectores, lo cuales solicitaron se reservara totalmente su anonimato.

El trabajo se estructura en tres capítulos los cuales se abordan del siguiente modo:

El primer capítulo ahonda en el proceso socio histórico del tianguis como forma de organización socioeconómica. Problematisa el vigente modelo económico capitalista neoliberal y da cuenta de las principales alternativas al modelo, desde las propuestas de consumo responsable hasta modelos anti sistémicos basados en la solidaridad y horizontalidad. Igualmente profundiza sobre el rol de la familia como medio idóneo de la reproducción social, para posteriormente situarlo como unidad socioeconómica básica de la economía popular. Finaliza explicando la metodología cualitativa que se empleó para esta tesis.

El segundo capítulo comienza con la breve historia socioeconómica del municipio de Atlixco, buscando caracterizarlo como centro de la región funcional, haciendo énfasis en su apogeo como polo industrial textil durante los siglos XIX y XX. A la par, se desarrollan los principales rasgos económicos y naturales de la región, sus aspectos socio demográficos, la sectorización de la población económicamente activa. Como cierre, da cuenta del proceso histórico y económico que ha tenido el tianguis de Atlixco, como centro de acopio y distribución de la región funcional.

El capítulo tres analiza las dinámicas de trabajo de las familias tianguistas, su forma de organización para el trabajo, las relaciones que mantienen con el ayuntamiento y sus gremios, así como su relación con la región funcional de Atlixco. A la par, se abordan las relaciones y percepciones de las organizaciones de comerciantes y del propio ayuntamiento de Atlixco respecto del tianguis; todo lo anterior desde los ángulos económico, social, cultural e histórico.

De este modo, el presente estudio exploratorio busca visibilizar la trascendencia de la familia de tianguistas como unidad socioeconómica básica de la economía popular en la región funcional de Atlixco, resaltando los matices en su forma de organización, la se instituye como un medio de reproducción social

² Esto debido a que estaba presente un inspector y esto hacía a los comerciantes menos proclives a brindar información.

el cual no está inscrito en las formas dominantes de acumulación capitalista. Por lo anterior, puede constituir uno de los elementos clave al momento de plantear modelos alternativos de economía regional que permitan un desarrollo justo y humano.

CAPÍTULO I. CIRCUITO ECONÓMICO, ECONOMÍA POPULAR Y GRUPO DOMÉSTICO

Introducción

El presente capítulo se estructura de cuatro apartados, a saber: 1) Mercado popular, identidad colectiva y circuito económico, 2) Mercado público y economía popular, 3) Grupo doméstico: el tianguis espacio de producción y reproducción y finalmente, 4) Aproximación metodológica. Con esto busca dar los primeros elementos más generales que guiarán la investigación a la par de la metodología a emplear.

El primer apartado da cuenta de proceso histórico del tianguis, teniendo como orígenes la feria europea del siglo XIV, a la par de las plazas de abasto. Problematiza el contexto económico actual, del cual se deriva el ingente incremento del trabajo informal, del cual se estructura el concepto de economía popular. Plantea las diversas alternativas al consumo y al sistema económico capitalista neoliberal, para centrarse en el papel que juegan los circuitos económicos solidarios.

El apartado dos explica los procesos que experimenta el mercado público como expresión de la economía popular. Da cuenta de los conceptos de economía social y solidaria, así como su estrecha relación con los circuitos económicos populares. Se busca caracterizar como los sujetos de la economía popular dan forma a la región.

El tercer apartado profundiza el papel de la familia como medio idóneo de la reproducción social, caracterizando el rol que desempeña como unidad socioeconómica básica de la economía popular. Disgrega asimismo diversas teorías que explican las lógicas no capitalistas existentes en ellas al momento de instituirse como forma de producción y distribución.

El apartado cuatro da cuenta de las metodologías cuantitativas a emplear para la presente investigación, centrándose en la explicación de conceptos relevantes como la región funcional y el circuito económico solidario, a la par de describir la importancia de la entrevista semi estructuradas y la observación participante, como parte de la realización de una etnografía.

1. Mercado popular, identidad colectiva y circuito económico

Hablar de economía para el común de las personas supone una tarea ardua y reservada para eruditos. Sin embargo, es un área del conocimiento que nos incumbe a todos en tanto incide de manera fundamental en todos los aspectos de nuestra vida diaria. Con esta investigación pretendemos acercarnos a otros elementos valiosos que componen el sistema económico nacional, el cual no se reduce solamente a datos fríos e instituciones gigantescas, sino que mantiene una inusitada cercanía con las actividades del día a día.

En este sentido, uno de los elementos que queremos abordar es el papel que juega el mercado popular en general y el tianguis en particular, como espacios económicos de sujetos sociales que están insertos en un sistema regional y que, además, son espacios y sujetos relevantes para la denominada economía popular, así como para la satisfacción de necesidades básicas alimentarias, y de otros tipos. Espacios donde sus integrantes no se encuentran directamente insertos en la producción primaria y/o secundaria.

Por lo anterior, partimos del supuesto de que más allá de los prejuicios de clase socioeconómica existentes en torno a estas formas de organización, las mismas poseen una importancia económica y social, una riqueza cultural relevante, y un arraigo social no suficientemente explorado para los estudios actuales.

1.1 De la feria europea al mercado nacional: el mercado de consumo como red y su papel cooperativo

Al abordar los orígenes del mercado como lugar de distribución y adquisición de bienes para consumo o uso ritual, se tiene que precisar que hubo dos tipos en particular: el mercado interno o local y el mercado externo. En el primero se mantenía una circulación de productos de uso indispensable y que tenían su producción en la misma zona, mientras que en los segundos se tenían productos de índole suntuaria o ritual que provenían de lugares lejanos (Swedberg, 2005, p. 234). En este sentido, el mercado interno ha sido históricamente el lugar de acceso a bienes básicos de consumo, principalmente alimentos.

Para los fines de la presente investigación, no se abordará el origen del mercado en sociedades precapitalistas, sino que nos centraremos en el modelo que fundamentó el mercado capitalista: la feria europea. Del siglo XI al siglo XIV, principalmente historiado en el contexto europeo, cuna del modelo económico capitalista, proliferó esta forma de organización de comercio que se originaba en la larga distancia, en donde se intercambiaban productos diversos en un espacio temporalmente adaptado. Asimismo, fue en estas ferias donde comenzó a tener auge los gremios de comerciantes y banqueros, llegando a tener su propio sistema legal, a la par de que en ellas aparecieron los primeros títulos de crédito, que respaldaban la compraventa de los insumos comerciados. (Swedberg, 2005, pp. 235 - 236).

No obstante, lo anterior, la feria no era sinónimo de mercado nacional, en tanto las trabas administrativas y de impuestos sobre el comercio eran sustanciales. Eran los comerciantes y gremios de las localidades los que controlaban la situación en los mercados locales e impedían que hubiera ingreso y competencia de comerciantes de otras zonas del continente europeo, aún del mismo país³. Si bien los antecedentes de un mercado nacional se dan en el siglo XVII, realmente será con las revoluciones del siglo XIX donde las ideas de libertad de movimiento, de asentamiento y de mercado, darán lugar a la consolidación de los mismos (Swedberg, 2005, p. 237).

Entre los factores que explican el declinar de las ferias está el establecimiento de plazas de abasto permanentes de comercio y dinero, que eran espacios socioeconómicos en donde se intercambiaban artículos con distintos valores de cambio y de uso. A la par, los Estados monárquicos comienzan a otorgar permisos a los comerciantes para vender al extranjero sin pagar contribuciones, así como importar insumos con exenciones para producir mercancías en un modelo capitalista en surgimiento. Esta situación última estaba limitada a la feria (Braudel, 1984, pp. 67-68). Sobre esto, es preciso mencionar que será la llegada del Estado nacional centralizado europeo, en los siglos XV y XVI, el que, con base en un sistema altamente regulado, sentará las bases para orientar la economía y con ello crear un mercado nacional sobre el cual el antiguo sistema que separaba al comercio local y al comercio exterior, desaparecería (Polanyi, 2007, pp. 116-117).

³ En esa etapa histórica sería pertinente referirse a monarquías, toda vez que los Estados Nacionales todavía estaban en vías de consolidarse.

Es importante hacer énfasis en el papel que tenían las redes de comerciantes en la consolidación del comercio exterior. Este gremio era el que mantenía relaciones inter estatales a través de rutas de comercio que permitían la circulación de diversidad de mercancías suntuarias. Así, “circuitos y redes se encuentran dominados regularmente por grupos tenaces que se las apropian e impiden su utilización a otros, llegado el caso” (Braudel, 1984, p. 122). En este sentido, la identidad gremial sobrepasa en muchos casos la idea de pertenencia a un Estado, siendo incluso previa a este.

1.2 Alternativas solidarias: ¿A los mercados capitalistas o en los mercados capitalistas?

En la década de los ochenta del siglo XX se implementa en México el denominado modelo económico neoliberal, que se basa en una agresiva apertura comercial a mercancías y capitales extranjeros, un proceso de desindustrialización sustituido por el establecimiento de maquilas dependientes de insumos importados, un déficit comercial permanente, la privatización de empresas estatales, así como el financiamiento de la cuenta corriente pública con deuda extranjera (Mariña, 2012, pp. 42, 45 y 48). Será el parteaguas económico sobre el que se eruirá el país desde esa época, con todas las contradicciones que conlleva.

Derivado de lo anterior, el mercado de trabajo se modificó drásticamente, el sistema económico dejó de producir suficientes trabajos formales y dignos, no remunerados conforme a la legislación vigente, a la par de incrementar sustancialmente los requisitos para ocupar las nuevas plazas laborales que requieren de conocimientos especializados (Román, 2014, p. 118). Por ende, se dio un fenómeno generalizado de precarización y tercerización laboral, donde predominan formas de autoempleo en servicios y comercio al por menor, actividades que tienen un bajo valor agregado (Montoya, 2017, p. 63). Será precisamente esta la causa de la proliferación de comerciantes informales tan mal considerados por el propio modelo neoliberal.

Ante las referidas problemáticas surgen propuestas que pretenden plantear modelos alternativos, a diversa escala y grado, las cuales buscan que las personas accedan a un mejor nivel

de vida: modelo que van desde lo pro sistémico hasta el espectro anti sistémico. Entre las principales corrientes alternativas respecto al consumo tenemos las siguientes:

- **Consumo ético.** – Se basa en la toma de decisiones orientada por una perspectiva ética, al momento de adquirir o no un producto; considera el impacto ambiental y social (Linders, 2013, p. 58).
- **Consumo responsable.** – Busca modificar los hábitos de consumo, priorizando la satisfacción de necesidades básicas, a efecto de reducir el uso de recurso y así salvaguardar el medio ambiente (Nubia-Arias, 2016, p. 32).
- **Consumo saludable.** – Es aquel que plantea un estilo de vida basado en una alimentación balanceada, hacer ejercicio, dormir lo suficiente, moderar el consumo de alcohol, no fumar ni automedicarse (Linders, 2013, p. 58)
- **Consumo participativo o colaborativo.** - Consiste en el uso o adquisición coordinada y compartida de un conjunto de bienes y servicios que convencionalmente se habían consumido con carácter individual y excluyente, y que considera e impacto social y natural (Alonso, 2017, p. 88).
- **Consumo solidario.** – Busca contribuir con el bien vivir de toda la sociedad, busca que los productos vengan de empresas que no exploten a los trabajadores, así como que use mecanismos de protección ambiental en sus procesos productivos (Mance, 1999).

Es de añadir que no todas las alternativas son eminentemente anti sistémicas y pueden incurrir en excesos similares a cualquier modelo empresarial tradicional. Véase el caso de empresas como Uber, Air BnB, o Bla bla car, las cuales partían de promesas colaborativas pero que terminaron destruyendo a los gremios tradicionales de dichos servicios, creando a la vez una depauperación considerable de los trabajadores, a la par de la incertidumbre jurídica en muchas transacciones (Alonso, 2017, p. 92). Igualmente, en el caso del consumo saludable, puede no considerar el impacto ambiental o social que conlleva la producción de los bienes etiquetados con ese rubro.

Conforme a lo anterior, tenemos que también existen diversas alternativas a los mercados capitalistas, de las cuales, por su grado de importancia, tenemos a las siguientes:

- **Comercio Justo.** – Es un movimiento internacional que pretende lograr un equilibrio entre el comercio mundial, a efecto de mejorar las condiciones de los productores desfavorecidos, logrando el desarrollo local de las comunidades, así como generar conciencia entre los productores, empresas, y administraciones públicas (Castro, *et. al.*, 2018, p. 178). Es promovido por la Organización Mundial de Comercio Justo y se sustenta en diez principios: oportunidades para los productores desfavorecidos, transparencia, prácticas comerciales y pagos justos, no explotación laboral ni infantil, no discriminación, buenas condiciones laborales, capacidad de construir, promoción del mismo y respeto por el medio ambiente (World Fair Trade Organization, 2022).

Es importante mencionar que este dentro de este movimiento están involucrados dos actores principales: el productor en el sur y las organizaciones de comercio justo también llamadas de comercio alternativo, del norte. Las del sur se comprometen a realizar sus actividades de forma sostenible en lo ambiental, lo social, y lo económico, mientras que las del norte se obligan a pagar un precio justo, a pagar por adelantado el 40 o 50 por ciento del precio, para que el productor no pueda adquirir materias primas sin endeudarse y así mantener la relación a largo plazo (Socías y Doblás, 2005, pp. 11-12).

El movimiento tiene su origen en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 1964, donde, a pedido de varios productores del sur, se enarbola el lema “Trade, not Aid” —Comercio, no ayuda—, aunque fue en 1960 cuando surgió el nombre de “Comercio Justo”. Derivado de esto, diversas ONG holandesas e inglesas comienzan a comprar los productos a través de una relación más directa, vendiéndolos en tiendas pequeñas, con lo que aparecerán más actores en las décadas siguientes (Andrade, 2010, p. 104).

Entre las propuestas que destacan para mejorar el modelo están: mejorar las relaciones entre instituciones y productores, incrementar la participación de los productores en la elaboración de certificaciones, fomentar la transformación local de los productos, lograr la operatividad de la sustentabilidad ambiental y social así como la apertura de mercados regionales, interrelacionarlo con otras actividades económicas solidarias, reconocimiento jurídico a nivel de naciones, y lograr que deje de ser sólo una opción y logre incrementar la distribución a niveles sustanciales (Ceccon y Ceccon, 2009, p. 100).

- **Sistemas Locales de Intercambio.** También conocidos como sistemas de trueque, son una alternativa a los mercados tradicionales y surgen comúnmente en contextos precarios que no permiten generar nuevos recursos. Consisten en un intercambio no lucrativo, donde a veces utilizan una divisa propia y llevan un registro donde constan las operaciones llevadas por los miembros. Sus principios básicos son la reciprocidad, la confianza, y la ayuda mutua. Su sistema parabancario les permite otorgar créditos sin interés, logrando que la riqueza se quede en el lugar (Gisbert, 2014, p. 11). Son el sistema monetario complementario más extendido en el mundo y surgen de la sociedad civil, sin que haya una fuerte intervención estatal (Corrons, 2017, pp. 112 y 116-117). En este sentido, es relevante mencionar que los sistemas basados en monedas alternativas y de índole comunitario también existen en México, siendo el *Túmin* de las regiones huastecas-totonacas veracruzana y poblana uno de los más relevantes (Busby y Haizlett, 2022).
- **Mercados Sociales/Solidarios.** Es una comunidad de empresas socialmente responsables y consumidores conscientes que buscan transformar el modelo de mercado capitalista imperante, esto a través de un sistema de decisión y gestión democrático donde se busca racionalizar la producción, a la par que fomentar el consumo responsable (Crespo y Sabín, 2014, pp. 102-103). Son en última instancia un lugar donde se toma una decisión política y ética respecto del plano económico, que busca desarticular la lógica capitalista y sus relaciones desiguales de poder (Carrero, 2018, p. 46). Entre los retos que tienen los mercados sociales está la dificultad que tienen para escalar y así poder ampliar la cantidad de actores que intervienen, así como la presencia territorial con la cual cuenta (Crespo y Sabín, 2014, p. 113).

Por lo anterior, tenemos que existen diversidad alternativas económicas que buscan transformar el modelo capitalista imperante, mismas que van desde la modificación de los hábitos de consumo de las personas, hasta elaboradas formas organizativas donde predominan rasgos de solidaridad, apoyo mutuo, tendencia a la autarquía, entre varias otras.

Ante esto, es relevante mencionar la idea de De Medel (2004, p. 300), donde refiere que no se puede caer es un reduccionismo ingenuo como la mercado-filia que impulsa el liberalismo, o la mercado-fobia que pregonan algunas corrientes progresistas, sino que se ha que comprender que

el mercado es un producto construido por las sociedades humanas, por lo que se requiere de mayor amplitud en el análisis para afrontar el reto que supone regular al mercado.

1.3 Circuitos económicos solidarios

La economía no es un factor estático, por lo que el movimiento que se dan entre la producción, la distribución, y el consumo es algo manifiesto. En este sentido, los flujos de bienes son necesarios para que el mercado y la región tengan tiempo de reconstruir sus capacidades de oferta y demanda. Esto también permite la calendarización para que los comerciantes foráneos puedan acudir a adquirir los bienes que produce una región. En este sentido, las mercancías, el dinero, y el crédito son apresados por movimientos giratorios (Braudel, 1984, p. 67). Esta circunstancia es la que explica la aparición de circuitos económicos.

Resulta importante referir que, desde los inicios de la economía capitalista, entre los siglos XVII y XVIII, se formaron circuitos relativamente estables que permitían el intercambio de mercancías. Braudel (1984) refiere que el comercio de ultramar se dio en forma de circuito mercantil, de donde lo que se adquiría en un lugar se vendía en otro, con lo que se compraba más mercancía que se terminaría vendiendo en el punto de partida (p. 111). De este modo, los circuitos son algo inherente a las prácticas comerciales tradicionales.

No obstante, como se refirió en apartados previos, en los circuitos económicos también existen alternativas al modelo hegemónico capitalista. Tal es el caso de los circuitos económicos solidarios. Estos están conformados por una red de actores que se articulan para permitir un flujo de intercambio de mercancías y servicios, donde no sólo opera la acumulación del capital, sino que también se permite una nutrida estructura de relaciones sociales que permiten el desarrollo mismo de los actores (Lopera y Mora, 2009, p. 84). En ellos se da una vinculación compleja entre los diversos actores involucrados y el territorio, esto a nivel cultural, social, y político (Silva, 2013, p. 67).

El circuito económico solidario tiene tres ejes en los cuales se sustenta: 1) el crédito solidario que consiste en los valores monetarios y no monetarios, aceptados por la comunidad; 2)

la producción solidaria, que busca la libre apropiación de los medios económicos a efecto de permitir el real ejercicio de la libertad pública y privada, así como permitir el buen vivir individual y colectivo; 3) el intercambio solidario, el cual busca satisfacer las necesidades de la personas a través de la circulación de los bienes, ya sea de forma directa o indirecta, buscando mantener el flujo crediticio dentro de la comunidad (Mance, 2020, p. 18). En este sentido, el circuito económico solidario no sólo constituye un instrumento de organización económica, sino que conlleva la intención de un cambio cultural donde se modifiquen las relaciones de desigualdad y se concreten las fuerzas sociales necesarias para ello, que se oriente a través de una racionalidad alternativa que busca construir solidaridad (González, 2020, p. 30).

Por lo anterior, tenemos que el circuito económico solidario se da entre diversos actores que comparten valores y prácticas que no están enteramente circunscritas a la lógica de la ganancia, y que comparten estrechos vínculos con un territorio que es la base de los intercambios regionales y que están configurados sobre formas de economía popular.

1.4 El tianguis como identidad colectiva

El tianguis es una forma de organización social que existía desde la época prehispánica, no obstante se origina como lo conocemos en la época colonial, siendo en el siglo XVI donde se presenta con más fuerza la integración y adaptación a las nuevas formas políticas y económicas⁴. En el tianguis no sólo tendrán lugar los intercambios comerciales, sino un nutrido intercambio cultural entre las distintas profesiones y clases sociales (Villegas, p. 100). Como se aprecia, es un lugar donde se da más fuertemente el intercambio sobre una plataforma cultural, lo que le da una identidad con sus características peculiares.

En palabras de Paré (1975) el tianguis “es el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos o indirectos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos, y algunos comerciantes especializados, que aseguran el intercambio entre regiones de distintos recursos naturales y de diversas especializaciones económicas” (p. 85). De este concepto podemos rescatar

⁴ El tianguis mesoamericano se basaba en el trueque, así como con rituales propios de su cosmovisión, mientras que con la colonia el trueque perdió vigencia entre los mestizos y criollos, quienes comerciaban con dinero.

que en el tianguis se da un intercambio a nivel regional entre diversos sujetos, vinculados mediante los circuitos económicos solidarios, lo cual será un rasgo característico respecto a cómo se organizan las relaciones socioeconómicas y las diferentes transacciones.

Una de las características más interesantes de los mercados populares y los tianguis es que sobrepasan los aspectos meramente económicos, para formar un complejo entramado social, cultural, político, ecológico, demográfico e histórico (Moctezuma, 2021, p. 26). De este modo, la compleja riqueza que existe en ellos permite ahondar en las características de toda una región, en especial las denominadas regiones funcionales como la que se presentará más adelante, en la cual se circunscriben.

Hay que reconocer que ya antes de los acelerados procesos de urbanización de la segunda mitad del siglo XX, los tianguis tendían a establecerse una vez por semana debido a las características de los sujetos que comerciaban, a saber, campesino minifundistas y pobladores de los municipios rurales, los cuales requerían trabajar un periodo de tiempo antes de poder reunir suficiente producto excedente para poder comerciar, y con esto también poder adquirir los bienes para la reproducción del grupo doméstico. Igualmente, dicho periodo está determinado por la diversidad de la producción y de las diferencias regionales, que son la base de las regiones funcionales y de los circuitos económicos, lo que también provoca que los tianguis estén integrados a una red regional que facilite el intercambio (Paré, 1975, p. 86).

Por último, es importante señalar que el tianguis, aunque temporal e itinerante, ejerce un control territorial y socioeconómico sobre las cabeceras regionales. Dicho control se da a través de un complejo entramado donde uno o varios líderes, en una forma de asociación no escrita con el gobierno, obtiene el reconocimiento para otorgar los espacios para venta en la vía pública a cambio de una cuota que se cobra a los tianguistas beneficiados. Asimismo, tiene profundas implicaciones con el modelo clientelar político, donde se obliga a los comerciantes para participar en actos de campaña en tiempos de elecciones (Denham, 2021, pp. 359 y 363) o en distintas movilizaciones organizadas por organizaciones y/o líderes venales, es decir, proclives al soborno y a la corporativización de las movilizaciones sociales.

Por lo anterior se precisa que el tianguis tiene rasgos que lo determinan de otras formas de organización colectiva, siendo un acto colectivo donde convergen diversas clases sociales y se manifiesta una riqueza y sincretismo cultural no existente en otras organizaciones sociales.

2. Mercado público y economía popular

Toda economía se sustenta en cuatro dimensiones (Silva, 2013, pp. 64-65), mismas que determinan sus posibilidades y límites, a saber:

- La dimensión política: relacionada con el entramado legal e institucional, los niveles de gobierno —local, regional, y nacional—, los servicios públicos y la participación ciudadana.
- La dimensión territorial y ambiental: concerniente al medio natural, el ecosistema con sus ciclos y sus características propias, sobre las cuales se puede analizar sus posibilidades y potencialidades.
- La dimensión económica: donde se aprecian los elementos del ciclo económico, los sujetos involucrados y sus fuerzas e intereses, así como las relaciones existentes entre ellos.
- La dimensión cultural: referida al patrimonio cultural de los pueblos, sus identidades, usos y costumbres, así como su capacidad de interrelacionarse con otras culturas.

En este sentido, el modelo económico neoliberal imperante se basa en la acumulación incesante de capital, en la supuesta auto regulación del mercado, la determinación de las acciones gubernamentales guiadas por la gran inversión, la fetichización de la mercancía, en el consumismo exacerbado, en la flexibilización laboral que conlleva a la precarización del derecho de los trabajadores, la no consideración del impacto al medio ambiente, así como la promoción a ultranza de la satisfacción individual, por lo que dichas características se ven constadas cuando se aplican modelos con esa lógica.

Sin embargo, como se ha referido en anteriores apartados, aunque el modelo es hegemónico, no significa de ninguna forma que sea absoluto, por lo que las alternativas y resistencias son variadas.

2.1 Mercado público y su representación socioeconómica

Los mercados municipales, considerados como los mercados de consumo públicos en las ciudades de distintos tamaños (Giglia, 2018), mantienen un papel clave en la satisfacción del consumo de diversos productos de primera necesidad en un área determinada. Es importante remarcar que estos mercados públicos son herederos de una larga tradición histórica, pues se han mantenido desde el periodo pre clásico mesoamericano, bajo la figura del tianguis, siendo iconos de patrones de identidad cultural y arraigo popular. Junto con otras formas de comercio tradicional —tianguis y comercio ambulante—, son un modelo que se modifica y adapta a los tiempos.

Estos espacios socioeconómicos surgen en el XIX, derivados de la necesidad de organizar el comercio de las plazas de abasto, por lo que se concibe la idea de que este comercio al minorista debía estar techado, con lo cual se lograba un orden urbanístico a la par de la regulación del comercio (Hernández, 2017, p. 166). Asimismo, se buscaba “concentrar la oferta, facilitar la distribución alimenticia y controlar la calidad e higiene de las mercancías” (Robles, 2010, p. 1). Resulta irónico que actualmente sean vistos como formas atrasadas de organización económica, cuando en su momento fueron la vanguardia en el ordenamiento urbano.

Es importante mencionar que cumplen un papel social fundamental, pues la población mexicana de áreas habitacionales de niveles socioeconómicos bajo, media bajo, y medio, adquiere en ellos hasta el 50 por ciento de sus insumos básicos para la alimentación (Ayala y Castillo, 2015, p. 677), por lo que son fundamentales para la alimentación de las personas. De hecho, después del tianguis, representan el lugar predilecto de las personas para adquirir frutas y verduras (Sandoval, 2017, p. 380) y en general alimentos frescos de distintas procedencias.

Es relevante mencionar que los procesos de “modernización” llevados a gran escala en los mercados municipales, a pesar de que representan un gigantesco uso de recursos públicos, se remiten a una visión eminentemente capitalista, en tanto se busca desplazar a los comerciantes y homologar los procesos hacia un modelo más parecido a centros comerciales (Delgadillo, 2016, p. 67). Situación que parece repetirse otros lugares, tal y como refiere Hernández (2017, p. 181) donde

explica cómo en Barcelona, los mercados públicos se orientaron a los turistas más que a la población local, volviéndose espacios excluyentes que han dejado de cumplir su función original⁵.

2.2 Economía popular y solidaria

La economía solidaria es una “propuesta que desarrolla relaciones sociales de producción y de distribución sustentadas en la solidaridad y la cooperación” (Lopera y Mora, 2009, p. 84), la cual busca la satisfacción de las necesidades, deseos y aspiraciones de las personas a obtener una vida digna por medio del trabajo. Rompe la lógica de la competencia e intercambio comercial por la de reciprocidad y un sistema de redistribución (Sabourin, 2018, p. 151). Por lo que se constituye como una alternativa al modelo capitalista imperante, al operar bajo lógicas distintas.

Este modelo económico posibilita la articulación de actores con intereses comunes y de las comunidades organizadas, cuya práctica cotidiana les permite garantizar sus medios materiales de subsistencia, construyendo alternativas de vida digna (Lopera y Mora, 2009, p. 91). Y no sólo eso, sino que “busca construir una economía reintegrada en la sociedad y en la biosfera, dirigida a la provisión de la vida de las personas” (De Medel, 2004, p. 302).⁶

En sintonía con lo anterior, tenemos que la economía popular es un concepto que está en tensión, pues no existe un concepto unívoco sobre la misma, ante lo que se precisa mejor dar rasgos generales que la delimiten sin que con ello se pierda la riqueza de sus posibilidades y potencialidades. En palabras de Coraggio (2011), es el sector conformado por unidades domésticas que buscan la reproducción social de su vida, es decir, satisfacer sus necesidades materiales por medio de su trabajo, mediadas por relaciones de reciprocidad, aunque no sean predominantemente solidarias (pp. 296-297).

⁵ En este mismo sentido pueden mencionarse los *mercados medievales*, una combinación entre plazas de abasto y representaciones escénicas, con adaptaciones escenográficas y vestuarios *ad hoc*, que se realizan semanalmente en ciertas épocas del año en distintas ciudades españolas, que aúnan el propósito de atraer a los consumidores locales hacia la producción regional, pero también constituirse en un atractivo turístico en zonas de bajo potencial de esta forma de actividad.

⁶ Caracciolo (2017) refiere que no bastan las buenas intenciones, mientras el capitalismo sea el modelo hegemónico, las empresas de economía social y solidaria deben incluir en sus procesos la comprensión del sistema financiero, así como la apropiación de mejoras tecnológicas y administrativas (p. 10).

Esta forma de organización es predominante informal, en el sentido de que se circunscribe en los límites de la norma jurídica establecida. Para darnos una idea de su importancia económica en México, tenemos que representó el 23 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) para 2019 (INEGI, 2019) y que da sustento a 31.3 millones de personas de 15 y más años, lo que representa 56.2 por ciento de la población ocupada (INEGI 2020). Estos datos nos permiten dimensionar que el trabajo informal es determinante en la subsistencia de una sustancial parte de la población nacional, por lo que merece ser considerada para estudio.

En este sentido, la economía informal, que originalmente se veía como fenómeno temporal que desaparecería mediante la creación de nuevos puestos de trabajo en la economía formal, se ha vuelto un modelo que interactúa y es interdependiente de esta última (Fonteneau *et. al.*, 2011, p. 113). De esta forma, se aprecia la relevancia que tiene el estudio esta forma de la economía popular, en tanto es una forma organizativa que da empleo a prácticamente una de cada dos personas en el país.

Sobre este punto hay que precisar que los elementos que componen a la economía popular son las unidades domésticas, mismas que utilizan su fuerza de trabajo de forma colectiva para lograr una reproducción ampliada de la vida⁷; esta forma de organización también puede acumular capital, aunque usualmente es a costa de su consumo básico. (Coraggio, 1994, pp. 67-68). Como se aprecia, en estos casos la familia no es solamente una unidad social, sino económica.

Por lo anterior, tenemos que la economía popular y solidaria se constituye como una forma de organización socioeconómica donde el trabajo es la primordial fuente de riqueza, mismo que se da a través de estructuras familiares las cuales buscan satisfacer sus necesidades de producción y reproducción más allá de buscar la acumulación capitalista.

⁷ La reproducción ampliada refiere que no solamente se busca satisfacer las necesidades básicas para subsistir, sino que se tienen aspiraciones de mejorar continuamente las condiciones de vida.

2.3 Economía popular y circuitos económicos populares

Tal y como se mencionó en apartados anteriores, el proceso económico consistente en producción, distribución, y consumo se da con mayor intensidad a través de regiones determinadas, en formas periódicas y cíclicas. En este sentido, las dinámicas que se dan en la economía popular se mantienen en ese esquema, al concretarse en regiones específicas donde interviene un entramado de actores individuales y colectivos de forma regular.

De este modo, tenemos que la economía popular, representada por familias en emprendimientos de comerciantes, mantienen su ámbito de acción económica dentro de una región específica, llegando a ser partícipes de la construcción de espacios donde cobra vigencia la experiencia del mercader para producir y distribuir bienes y servicios acordes a las necesidades, deseos, y aspiraciones de las personas que asisten y logran la efectividad de la dinámica del circuito.” (Lopera y Mora, 2009, p. 85).

El comercio ambulante ha logrado obtener ventajas de esta forma de organización socio económica, ya que, si bien consisten en espacios pequeños, estos se extienden en distintas porciones territoriales, al estar el tianguis en un circuito económico regional, donde pueden llevar a cabo transacciones de mayor amplitud que las que tiene un comerciante establecido (Paré, 1975, p. 86). También se da el caso de que estas unidades están combinadas en los tianguis, pudiendo estar integradas por diferentes miembros del mismo grupo doméstico con el propósito de aumentar la rentabilidad del emprendimiento familiar.

En concatenación con lo anterior, el gran valor que tienen las unidades domésticas familiares es que tienen “unas capacidades interesantes de articular diferentes territorios, generando circuitos, normas de operación, modalidades de control del espacio ancladas en las posibilidades y limitaciones que el territorio permite, en vez de necesariamente buscar una absorción subordinada a los centros oficiales.” (Tassi y Poma, 2020, p. 31). De este modo, no existe una dirección vertical que define la organización de las unidades domésticas, sino que éstas mismas inciden y participan en la definición del territorio.

Así, la economía popular solidaria, es un modo de acumulación especial conceptualizada como *acumulación solidaria*, la cual se distingue de la capitalista porque busca la creación y consolidación de entramados sociales donde intervienen y se fortalecen productores, distribuidores, consumidores e instituciones⁸ parte del proceso, buscando incrementar las potencialidades sociales, políticas, económicas y culturales del conjunto (Caracciolo, 2017, pp. 16-17). El capital económico no es lo preponderante, sino “la riqueza de las relaciones sociales y la posibilidad del desarrollo de las capacidades y recursos humanos para poder enfrentar las difíciles situaciones económicas.” (Lopera y Mora, 2009, p. 83). Siendo precisamente estas relaciones las que se potencian por el margen de maniobra que tiene el comercio popular, al darse en un circuito en el cual se coexiste con diferentes actores y contextos que conforman la región.

2.4 Economía cotidiana: la dimensión cultural

La reproducción de la vida humana requiere la satisfacción de necesidades básicas, tales como la alimentación, la vestimenta, el trabajo, la vivienda, la salud, la educación, y el esparcimiento. Si alguna de estas no puede ser satisfecha, el desarrollo de la vida se ve frenado. En este sentido, son las actividades cotidianas de distintos tipos las que permiten satisfacer esas necesidades, sobre las cuales debemos enfocarnos para comprender la propia reproducción de la vida.

Retomando a Polanyi (2007), tenemos que las personas no actúan por el mero hecho de acumular riqueza, sino que buscan acceder y mantener una posición social, así como los derechos y conquistas que ello conlleva, dándole a los bienes cierto valor en la medida que le sirven a ese fin (p. 87). De este modo, la vivencia que experimenta el comerciante popular se da en un ámbito que no se basa en la mera acumulación de recursos, sino en la forma en la cual se reproduce su vida social mediante las interacciones con los clientes y los demás actores del concierto económico, social y cultural.

⁸ Se refiere a centros educativos afines, así como organizaciones de la sociedad civil.

Así, tenemos que el comercio en el tianguis sobrepasa las relaciones estrictamente económicas, dándose diversas conexiones sociales que van desde las experiencias táctiles de poder sentir y oler los productos, hasta las confidencias personales sobre lo que se vive en el día a día: el tianguis es un lugar de encuentro socioeconómico y sociocultural (Denham, 2021, p. 357). Asimismo, los tianguis son espacios de tradición, lugar donde las personas pueden frecuentar amistades, conocidos y salir de la rutina diaria (Sandoval, 2021, pp. 380-381).

Por lo anterior entendemos que el intercambio comercial en el tianguis no se limita a la mera venta y adquisición de bienes indispensables para satisfacer necesidades básicas, sino que se dan multiplicidad de experiencias entre los actores involucrados: el consumidor no es sólo el que llega a comprar, sino que es un espectador de la variedad de los productos regionales, de las formas distintas de ver el mundo, de la tradición y el folclor inmediato. A la par de que el comerciante popular no es sólo el que vende, sino que es un sujeto del micro entramado del proceso económico regional, volviéndose un guionista, director, y actor de la reproducción social de la vida misma.

Por último, tenemos que todas estas escenas se dan en “redes sociales [que] permiten a los seres humanos el desarrollo de prácticas de cooperación y apoyo como mecanismo para generar cohesión en los grupos, así como para el afrontamiento para la incertidumbre, las carencias afectivas y materiales y la segregación” (Ávila, 2012, p. 26). Son estas redes de relaciones sociales las que le dan identidad e integración a la persona en su contexto.

3. Grupo doméstico: el tianguis espacio de producción y reproducción

El concepto de familia es sumamente complejo en tanto existe una diversidad de acercamientos al mismo desde distintas áreas del conocimiento, donde criterios como la pertenencia, el compartir un hogar, las relaciones institucionalizadas conforme al tiempo y al contexto, son rasgos que pueden acercarnos de manera empírica al mismo. Sin embargo, sería un error querer plantear un concepto unívoco que logre condensar a la totalidad de la familia (Ortega y Mínguez, 2003, p. 39).

Así, se puede considerar a la familia como una red de relaciones donde priman las relaciones afectivas por sobre la lógica de mercado, pero donde también privan los nodos egoístas (Cuevas, 2000, p. 14). El fundamento de las unidades familiares es la reciprocidad, misma que está basada en criterios multidimensionales tales como: el parentesco, la unión matrimonial, la residencia en común, la conformación de un hogar o comunidad doméstica, así como los lazos resultantes del pequeño grupo (Borsotti, 1981, p. 180).

Dicho lo anterior, es precisamente en la familia donde el individuo obtiene el conjunto inicial de valores, hábitos, y actitudes que le permiten integrarse a la sociedad, esto en tanto que es la institución donde permanecerá de forma continuada durante sus primeros años de existencia hasta alcanzar la vida adulta. Esto trazará el modelo de conducta de la persona, toda vez que mediante la experiencia continua será partícipe del ejercicio de valores que rigen empíricamente a su núcleo. (Ortega y Mínguez, 2003, p. 43).

De este modo, tenemos que más que un concepto cerrado, la familia parte de rasgos cambiantes que nos permiten entender sus propias lógicas que la dotan de cohesión y funcionalidad. Sobre esto, es importante referir que la familia, para lo efectos de esta investigación, es aquella que se inserta como grupo doméstico de comerciantes en el tianguis, como una unidad socioeconómica familiar, a efecto de producir y reproducir su vida social, económica y cultural, allegándose de sus necesidades básicas a través del trabajo autogestionado de los integrantes del mismo grupo doméstico.

3.1 Grupo doméstico: unidad socioeconómica

Las familias no son sólo la organización de reproducción de la vida social, sino que, en algunos casos, tal y como lo vimos respecto de la economía popular, pueden integrarse en su conjunto al proceso económico como una unidad socioeconómica. Wallerstein (2005) refiere que a las unidades domésticas son aquellas que usualmente están integradas por grupos de tres a diez personas, quienes en un largo plazo, entendido como de unos treinta años, reúnen sus recursos e ingresos a efecto de apoyarse en la subsistencia, así mismo no tienen estructuras igualitarias ni inamovibles (p. 45). Distingue como posibles formas de ingresos de estos grupos, las siguientes:

- Salario: Pago por el trabajo realizado fuera de la unidad doméstica, en general en dinero.
- Actividad de subsistencia: agricultura para consumo propio, así como todas aquellas que implican la manutención del hogar.
- Pequeña producción mercantil: el comercio al por menor de productos y los “*free lance*”⁹.
- Renta: aquella que viene de una propiedad sin que medie el trabajo, como inversiones, bonos de deuda pública, arrendamientos, entre otros.
- Transferencias: regalos, herencias (pp. 46-47 y 54).

Al momento de analizar el trabajo de la familia como unidad económica, resulta importante destacar lo valioso de la solidaridad en el trabajo, que es particularmente fuerte en esta forma de emprendimientos, dado que los vínculos son más cercanos y multidimensionales. De este modo, la cooperación les permite mayor rendimiento que si fueran sólo individuos. Existen además incentivos psicológicos mediados por la generación de riqueza que será compartida, a la par de que se ven reducidos los conflictos. (Razeto, 2005, pp. 971 y 978). Partiendo de lo anterior, esta investigación pretende indagar cómo en la cotidianidad se manifiestan estos nexos, cuáles son sus límites y alcances.

Considerando los diversos tipos de familia, es necesario acudir al modelo de familia troncal extendida, que es aquella donde conviven tres generaciones en un mismo hogar, y que era la más tradicional hasta inicios del siglo XX, antes de la llegada de la denominada familia nuclear, que sólo está conformada por padres e hijos (Valdivia, 2008, p. 18). Serán las familias de comerciantes actuando como unidades socioeconómicas las que se organicen comúnmente de forma troncal extendida.

3.2 Grupo doméstico y las estrategias de reproducción

Analizar el tema de las estrategias familiares de reproducción “implica plantear varios supuestos referidos a las unidades, los recursos con que cuentan, el medio en que actúan, las

⁹ Profesionistas que trabajan a destajo, es decir, por obra realizada. Carecen de seguridad social y prestaciones laborales al considerarse una relación civil y no laboral.

acciones que emprenden, los objetivos que persiguen y una racionalidad estratégica.” (Borsotti, 1981, pp. 180-181). Esto exige ahondar en los procesos cotidianos que viven las familias para satisfacer las necesidades básicas para la subsistencia, las formas en las cuales las obtienen, las acciones que emprenden para ello, así como sus metas y planes.

Para ahondar en cómo la estrategia de reproducción está integrada, Borsotti (1978, p. 20) refiere los siguientes elementos:

- La racionalidad con la que se toman las decisiones está mediada por la clase, no es exhaustiva ni apela a todos los recursos, hechos y relaciones con los cuales se cuenta.
- Los hechos son aquellos relacionados con la vida familiar, como la edad, la estabilidad de las uniones, número de hijos, etcétera.
- Las relaciones son las que se mantienen al interior entre los miembros y al exterior con otros grupos o instituciones.
- Los recursos aluden a la fuerza de trabajo disponible, el tiempo disponible, nivel educativo, acceso a servicios, así como los de naturaleza económica referente a la ocupación, los ingresos.

Relacionado con esto tenemos que en el pequeño comercio al menudeo, como es el caso de las familias tianguistas, “las relaciones comerciales están insertas en un marco de relaciones sociales y simbólicas entre comerciantes y clientes que son la base de los intercambios basados en la reciprocidad y la redistribución” (Robles, 2010, pp. 2-3). Esta circunstancia es relevante, en tanto las relaciones existentes en el comercio popular no están mediadas únicamente por el lucro económico, sino que intervienen diversos factores y principios que tienen que ver con la solidaridad.

Así, las estrategias de reproducción que llevan a cabo las familias de los tianguistas permiten entender cómo desarrollan sus vidas, a la par de otorgan indicios de cómo planifican el futuro, siendo rubros como la educación, la salud, y la vivienda, aquellos que pueden dar buen testimonio de las posibilidades de mejora o no de sus niveles de vida (Perona y Schiavoni, 2017, p. 487).

3.3 Modelos de economía familiar: de Chayanov a Van Der Ploeg

Al analizar a las familias como unidades de producción, es relevante tener en consideración que existen modelos de ellas que buscan explicar su desarrollo, lógica interna, medio de organización, entre otros, a efecto de poder comprender el papel que ocupan en el concierto social. Para los efectos de la investigación, nos centraremos en tres autores relevantes que han profundizado en los rasgos de las familias como unidades productivas, a saber, Chayanov, Lamarche, y Van Der Ploeg.

Chayanov:

De origen ruso, con una vida marcada por los contrastes y con un final trágico derivado de sus posiciones científicas e ideológicas, Chayanov es el parteaguas de una teoría que resignifica a profundidad las formas de vida campesinas en el rubro económico, dándoles un lugar preponderante en un tiempo donde su suerte estaba a contra viento¹⁰.

Este autor consideraba que la economía campesina tiene una lógica y coherencia interna que escapa al análisis de la economía capitalista, llevándolo a proponer que existe una *economía campesina*. Desde esta perspectiva, el campesino determina la cantidad de trabajo que realizarán como familia, con el fin de satisfacer sus necesidades básicas, conforme al parámetro cultural que lo rige, así como prever lo requerido para la siguiente siembra. El nivel de equilibrio está dado por el número de personas en la unidad doméstica, la cantidad de ellas que trabajan, así como la extensión y calidad de la tierra (Heynig, 1982, pp. 129-130).

Sus investigaciones le llevaron al siguiente planteamiento: la economía campesina es una forma de producción no capitalista, en la que, después de deducir los costos de producción, no es posible determinar la retribución respectiva de los factores: capital, trabajo, tierra. Es decir, no existe allí ganancia, salario, ni renta (Bartra, 1975, p. 518).

¹⁰ En sus inicios, el modelo económico soviético consideró al campesinado como una fuerza reaccionaria y que representaba el atraso, por lo que eliminó las formas tradicionales de producción agraria por aquella colectivizada e industrializada. En pocos años se vio el error y se modificó el modelo.

Lamarche:

Este autor refiere que la autonomía de las familias es un elemento clave, las cuales estarán mediadas y agrupadas por sus condiciones de producción: superficie de explotación, grado de mecanización, nivel técnico, capacidad financiera. A la par, sus decisiones estarán sujetas conforme a su clase social, objetivos, tradiciones, así como en general a su parámetro socio cultural (Pérez-Winter, 2014, p. 152).

Sobre esto, este autor busca comprender las lógicas sociales, lo que logra a través del análisis de la interacción familiar y la dependencia con el exterior, con lo que propone cuatro modelos (Pérez-Winter, 2014, pp. 153-155):

- Agricultura familiar moderna: Formada por unidades poco familiares, con participación retraída en el mercado, la producción nunca es totalmente vendida, intenta incrementar el patrimonio, y busca mejorar sus técnicas;
- Agricultura campesina o de subsistencia: Basada en unidades familiares tendientes a la autarquía, con lazos y expectativas de conservación fuertes; no es tan dependiente del mercado.
- Empresa: Altamente técnico, producción orientada al mercado, constante reinversión para mejorar los medios de producción, alto nivel de dependencia por el nivel de consumo. La familia tiene poca participación en la toma de decisiones y las estrategias de producción, tampoco en las actividades de trabajo agrario. La tierra es un instrumento de trabajo. Busca un estatus social vinculado a la sociedad urbana e industrial.
- Empresa familiar: Tiene los mismos rasgos que el modelo anterior, con la salvedad de que la familia sí participa en la administración y gestión; la tierra es un patrimonio que debe perpetuarse para satisfacer las necesidades del grupo.

Van Der Ploeg:

El autor reivindica el papel de la familia campesina, en tanto busca la autonomía manteniendo criterios ecológicos en su producción, busca obtener recursos de forma auto

controlada y autogestionada, procura alcanzar la máxima producción posible, aunque no define el progreso como la adquisición de bienes, sino conforme a sus usos y costumbres; participa del mercado, pero no se orienta a él (Pérez-Winter, 2014, pp. 155-157).

Conforme a lo anterior, tenemos que estos autores establecen criterios importantes para indagar sobre las formas organizativas de las familias que se erigen como unidades socioeconómicas, siendo particularmente importante el hecho de que en la mayoría de los modelos familiares la principal intención del trabajo no es obtener riquezas y estatus, sino satisfacer las necesidades básicas del grupo y la comunidad inmediata.

Por lo anterior se puede apreciar que las familias que se constituyen como unidad socioeconómica tienen lógicas y dinámicas de organización propias que no están orientadas a la mera reproducción del capital, sino que se basan en la satisfacción de necesidades presentes o futuras. Sobre esto determinan sus formas de administrar sus recursos, de los cuales el principal es la fuerza de trabajo.

3.4 Tianguistas: Identidad colectiva y ocupación no clásica

Como lo vimos anteriormente, el trabajo de las unidades domésticas en la economía popular tiene fuertes matices de arraigo con lo local y lo comunitario, participando del mercado pero sin reproducir sus lógicas de reproducción incesante de la plusvalía. De modo que “El oficio de mercader no puede prescindir de una red de comparsas y de socios seguros; la familia ofrece, en efecto, la solución más frecuentemente buscada y la más natural” (Braudel, 1984, pp. 120-121).

Un rasgo central que tenemos que considerar es que los tianguistas tienen una doble forma de participar en el tianguis: por un lado, se unen a organizaciones de vendedores que les permitan poder asegurar su espacio para comerciar, y, por otro lado, se enfrentan a las dificultades propias de su actividad (Denham, 2021, p. 356). Algo importante a considerar es que en la familia de comerciantes, los roles que detentan los individuos no son fijos, sino que están en constante negociación, mediados por las jerarquías existentes (Román *et. al.*, 2012, p. 235).

De este modo, cuando las familias se constituyen como unidad socioeconómica movilizan diversos recursos tales como materias primas, instrumentos de trabajo, edificios, trabajo productivo y reproductivo, con lo que crean una imagen de un resultado a obtener. Será en este último punto donde factores como la ideología igualitaria o totalitaria influyen en la forma de organización de las dinámicas internas (Borsotti, 1978, pp. 9 -10)

En lo que se refiere a la competencia, los tianguistas enfrentan dos problemáticas en particular: la primera es que cada vez existen más vendedores ambulantes ante la recurrente crisis económica, a la par de que hay una recurrente expansión de las grandes cadenas comerciales (Denham, 2021, p. 355). Situación sumamente relevante, dado que aunque existen parámetros de identidad, la propia práctica mercantil los obliga a competir con los otros tianguistas para allegarse de más recursos, lo que supone dificultades para lograr la organización necesaria que les permita trabajar de formas más coordinadas.

En conclusión, al acercarnos al papel del tianguista, podemos reconocer que “las pasiones humanas, buenas o malas, están simplemente orientadas hacia fines no económicos” (Polanyi, 2007, p. 89). Ante lo cual, el papel del tianguis no puede verse con ojos meramente economicistas, sino con un lente orientado hacia el pulso de lo social y humano.

4. Aproximación metodológica

El tianguis como forma de organización socioeconómica popular está fuertemente vinculado a un territorio. Como se ha visto anteriormente, en él conviven intercambios que están circunscritos a una región determinada, lo cual lo hace un micro universo que refleja rasgos del espacio en el cual se establece. Por este motivo, es preciso profundizar en los procesos socio territoriales en los cuales se desenvuelve, particularmente desde las teorías del desarrollo regional y local, pues son estas las que nos permitirán dimensionar a cabalidad el origen, impacto y trascendencia que tienen los tianguis en el entramado social.

A la par es esto, considerando que los tianguis están conformados por unidades domésticas que se dedican al comercio minorista, pero en formas que escapan a la lógicamente meramente

económica y capitalista, se requiere de un acercamiento metodológico que permita indagar sobre sus vivencias, aspiraciones, orígenes, y proyectos. Esto precisa de herramientas que centren sus objetivos sobre lo cualitativo más que por lo cuantitativo, en tanto la riqueza cultural que alberga la unidad doméstica difícilmente puede reducirse a meras cifras.

4.1 Enfoque del desarrollo regional

El análisis de lo territorial es valioso, en tanto los sistemas socio económicos se encuentran en espacios geográficos determinados, sobre los cuales se dan conocimientos, información, e innovación, existiendo lazos identitarios que crean comunidad a través de valores comunes, así como una historia compartida (Manet, 2013, p. 48). En este sentido, el territorio no se limita sólo a un lugar físico determinado, sino que conlleva múltiples elementos que permiten ampliar nuestra capacidad de análisis sobre lo social y lo económico.

Relacionado con lo anterior, tenemos la definición de región de Sergio Boisier (2001):

Región es un territorio organizado que contiene, en términos reales o en términos potenciales, los factores de su propio desarrollo, con total independencia de la escala. Así, podrán existir regiones grandes o pequeñas, de facto o de jure, con continuidad espacial o con discontinuidad en la virtualidad del mundo actual, pero con un atributo definitorio: la propia complejidad de un sistema abierto. (p. 8).

En este sentido, podemos entender al desarrollo local como un proceso de cambio estructural, localizado en un territorio denominado región, que busca su permanente progreso, el de la comunidad que habita en ella, así como de cada individuo y habitante del lugar (Lira, 2003, p. 11). Definición que pone énfasis en el elemento humano, vinculándolo con lo comunitario en un entramado socio territorial. A la par de esto, hay que entender que la diferencia entre lo local y lo regional será bastante “casuística y arbitraria, en el buen sentido de la palabra” (Boisier, 2001, p. 13)

Conforme a lo anterior, es preciso señalar que el concepto de desarrollo es más amplio que el mero crecimiento económico, teniendo valiosas aportaciones como la teoría del desarrollo a escala humana de Manfred Max-Neef (2010), la cual establece que este:

Se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de autodependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado (p. 12).

Por ende, al indagar sobre el desarrollo, tendremos que centrar nuestro análisis en una región determinada, haciendo especial hincapié en el factor humano, los recursos existentes, la participación del Estado y la empresa, así como el factor cultural, sin perder de vista que el desarrollo deseado es aquel que busca el bienestar de las personas y el respeto al medio ambiente.

4.1.1 Desarrollo regional: prioridades y transformaciones territoriales

La globalización ha provocado una encarnizada competencia a nivel mundial entre empresas y territorios, lo que ha supeditado el desarrollo y la acumulación de capitales a diversos factores, tales como las innovaciones tecnológicas y organizativas, la proliferación de la flexibilización productiva, la tendencia a la urbanización y la densidad del tejido institucional (Manet, 2013, p. 49). Dichas circunstancias han impactado de diversas formas en los territorios, determinando en última instancia el nivel de desarrollo que pueda, o no, alcanzar una región determinada.

Es importante mencionar que en algunas regiones el impacto que provoca el modelo referido es que se da una agresiva reestructuración del sistema productivo-reproductivo, con un quiebre de empresas, altas tasas de desempleo, haciendo que las regiones busquen por todos los medios algún producto que tenga un nicho en el comercio exterior, o bien expulsen mano de obra al extranjero para obtener remesas (Coraggio, 2005, pp. 3-4).

Correlacionado con lo anterior, es un hecho que, sin importar los rasgos que tengan las localidades y regiones, hay que partir del principio de fragmentación, en tanto que las relaciones existentes no expresan necesariamente intereses colectivos (Moreno y Colorado, 1997, pp. 80). Por lo tanto, no podemos tomar formulas generales que expliquen de manera universalista las circunstancias por la cuales atraviesa una región, y mucho menos plantear recetas a modo para solventar las problemáticas existentes.

4.1.2 Circuito regional y región funcional: Atlixco en el Circuito Regional

Se define al circuito económico regional como un conjunto de unidades de producción, distribución, y consumo, que operan vinculadas formando un entramado de complejo territorial, donde las partes inciden y hacen cambios en el sistema (García y Rofman, 2020, pp. 5-6). En este sentido, intervienen diversos grupos con grados de organización distinta, lo cual influye en la modalidad que tiene el circuito (González, 2020, p. 32).

Existe en el circuito una polarización económica donde se da una densificación de relaciones económicas a escala, con lo que aparecen polos de crecimiento, medios innovadores, encadenamientos, entre otros (González, 2020, p. 33). Este aspecto es sumamente relevante, debido a que una de las características del circuito es que existe en su interior un movimiento intenso de personas, capitales, y mercancías, el cual está íntimamente ligado y cohesionado.

En este sentido, entre los rasgos más relevantes que se dan en el circuito, es que existe un intercambio comercial sustancial entre las áreas que lo conforman. Asimismo, se dan fuertes movimientos de migración interna, particularmente por la necesidad de conseguir trabajo. Sobre esta perspectiva, para el caso del estado de Puebla, se manifiesta la existencia de un circuito regional que abarca desde las regiones funcionales de San Martín Texmelucan, de Huejotzingo, de San Pedro Cholula, de Atlixco, y de Izúcar de Matamoros. De este modo, la región de Atlixco se circunscribe como parte de un continuo económico geográfico integrado por ese conjunto de regiones funcionales.

A partir de lo anterior, para entender el concepto de región funcional, nos remitiremos a la definición de Auriac (2013), que la entiende como:

Una estructura que consta de un centro y una periferia o área de influencia, por lo general dicho centro lo ocupa una ciudad que mantiene una jerarquía urbana dentro de la región. La articulación funcional de la región está dada por los flujos e intercambios de bienes, servicios y personas que se dan entre la ciudad y su área de influencia. (Citado en Manet, 2013, p. 36).

Resulta preciso señalar que la región se entiende como un recorte a modo de una zona subnacional, que cumple con ciertos rasgos que le dan cohesión e identidad (Lira, 2003, p. 12). Por ende, al analizar un territorio específico, en este caso una región, lo delimitamos de manera parcial, en tanto esto permitirá ahondar de forma más precisa en los fenómenos que buscan indagar.

Ahora bien, para caracterizar a Atlixco como región funcional, tenemos que conforme al parámetro institucional del Estado de Puebla, Atlixco es reconocido como cabecera regional desde los siguientes ámbitos:

- Administrativo: Nombrado como la región 19 del Estado de Puebla, aglutina a los municipios de Santa Isabel Cholula, Huaquechula, Tianguismanalco, Tochimilco, Atzitzihuacán, San Jerónimo Tecuanipan, Cohuecan, Acteopan y Tepemaxalco.
- Electoral: siendo reconocido así mediante acuerdo INE/CG925/15, emitido por el Instituto Nacional Electoral, integrado por los municipios de Tochimilco, Atzitzihuacan, Tianguismanalco, Santa Isabel Cholula, San Jerónimo Tecuanipan, San Gregorio Atzompa, Ocoyucan y San Diego la Mesa Tochimiltzingo (Instituto Electoral del Estado, 2022).
- Jurídico: Con cabecera en el municipio de Atlixco y comprende los municipios de Atlixco, Atzitzihuacan, Huaquechula, Nealtican, Tianguismanalco y Tochimilco (Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Puebla, 8 de noviembre de 2021).

Por lo anterior, se puede verificar cómo el municipio de Atlixco mantiene una preponderancia respecto a un conglomerado de municipios, mismos que orbitan respecto de él. No obstante, para los efectos de la presente investigación la región funcional será aquella conformada

por los municipios de Atlixco, Huaquechula, San Diego la Mesa Tochimiltzingo, Tianguismanalco y Tochimilco.

4.1.3 Escala municipal: desarrollo local y las exigencias sociales

El artículo 25 y 26 de la Constitución Federal establecen la rectoría del Estado en materia de desarrollo, así como la planeación democrática basada en la formulación, instrumentación, control y evaluación de planes y programas (CPEUM). En este sentido, la planeación económica por parte del Estado ha dejado de ser un tema de pugna ideológica y se ha convertido en una indiscutible necesidad, situación que ha quedado plasmada desde las reformas constitucionales de 1983, donde quedaron establecidos como principios la rectoría del Estado, la economía mixta, la libre concurrencia y la prohibición de monopolios, así como la planeación democrática del desarrollo (Valencia, 2017, pp. 135-136).

En este sentido, a un nivel político, el municipio es la unidad básica sobre la que se estructura la organización de lo público, situación que es relevante, porque, aunque el concepto de lo local no es sinónimo de municipio, la realidad es que la regulación de la actividad comercial y social, así como la utilización del territorio, está delimitada por el actuar de este nivel de gobierno.

Respecto al concepto de desarrollo local, Boisier (2001) nos refiere que se trata de una cuestión de escalas y funcional, y que en contraposición de lo regional, en lo local se dan relaciones de proximidad fuertes entre las personas, las tradiciones son más fuertes que las relaciones impersonales mediadas por las instituciones, e incluso, que el marco legal (p. 12).

Ahora bien, habiendo esbozado las problemáticas en apartados anteriores, son relevantes las tesis de Coraggio (2005, pp. 9-10) respecto de las acciones fundamentales que deberían implementarse para promover el desarrollo local: lograr la subsistencia con dignidad de los habitantes; lograr la creación y consolidación de un sector orgánico de la economía social y solidaria, autónomo del capital; la reconstrucción de las economías locales, logrando la soberanía y el principio de redistribución.

Asimismo, es necesario pensar el desarrollo local desde la participación de los diversos actores públicos, privados, y sociales que integran la región, a efecto de que se logre de forma concertada el trabajo junto con los sectores de la economía popular, entendiendo desde el inicio que se da en una relación de desiguales, y que, por lo tanto, los compromisos deben ser duraderos y basados en las condiciones concretas de los involucrados (Moreno y Colorado, 1997, pp. 81-82).

Por último, considerado que el tianguis es uno de los lugares donde se da mayormente la distribución de alimentos y otros bienes a nivel local, tenemos que en la idea del circuito existe un enorme potencial para el desarrollo agrario y la posibilidad de lograr soberanía alimentaria. Sin embargo, es preciso que el Estado intervenga de forma decidida promoviendo ferias, apoyando para aumentar el valor agregado de los productos, incluir a los pequeños productores en la cadena alimentaria, reconocer el valor cultural del campesinado, así como fomentar el consumo responsable. (Linders, 2013, p. 61). Esto junto con reconocimiento del valor e importancia de la economía popular representada por los tianguistas.

4.2 Enfoque etnográfico

Al estudiar al tianguis es relevante señalar las recomendaciones que hace Moctezuma (2021, p. 26,) quien, basado en estudios clásicos, refiere que las investigaciones deben considerar tres aspectos:

- El uso del trabajo de campo como herramienta indispensable para comprender los procesos sociales.
- Visualizar que estas formas de organización social con complejas, y trascienden a lo meramente económico, para situarse en “un entramado social, cultural, político, ecológico, demográfico e histórico”.
- Deben ser holísticas y reducirse a unas pocas categorías de análisis.

En este sentido, el tianguis, como actor colectivo, al estar integrado por un conjunto de unidades económicas domésticas, más que cifras y estadística, se convierte en un denso entramado social donde la existencia aflora por sobre las meras apariencias. Por ende, se precisa acercarse a

esta realidad desde la mirada de los actores involucrados, de modo que se pueda indagar cabalmente cómo se organizan para la reproducción social de la vida. No es otra cosa que acercarnos a su cotidianidad, sus procesos internos, su división del trabajo, el rol que desempeñan sus integrantes, sus aspiraciones, la relación que tienen con las otras unidades domésticas, y con los organismos públicos, entre muchos otros rasgos que los definen.

Por lo anterior, se requiere comprender que la observación de los fenómenos parte de la posición determinada que tiene el investigador, lo cual más que ser un obstáculo para la objetividad, es su propia condición de existencia. Sin embargo, dicho acercamiento está mediado por la intención de dar nuevos sentidos al mundo, es decir, acercarse con plena intención de ver a través de los actores y así poder complejizar los hechos indagados (Montenegro y Pujol, 2008, pp. 78-79).

4.2.1 Aproximación biográfica: base familiar

El método biográfico usa fuentes orales como la conversación y la narración, junto con fuentes documentales como diarios, fotografías, correspondencia personal, a efecto de captar los procesos que tienen los sujetos para dar sentido a su existencia, a la par de mostrar en forma sistemática un análisis descriptivo e interpretativo (Sanz, 2005, p. 101).

El método biográfico tiene dos variantes, la de estudios de caso y la de relatos biográficos múltiples. La primera se enfoca en las valoraciones y acontecimientos que hace una persona, en tanto que en la segunda se hacen acercamientos a varias personas a efectos de lograr ciertos criterios de representatividad y significatividad en la muestra, de modo que permita establecer categorizaciones, comparaciones e incluso modelos (Sanz, 2005, pp. 103-104).

Es particularmente valioso en los también llamados relatos biográficos paralelos la posibilidad de contrastar los datos, realizar categorías, establecer hipótesis y validarlas, así como poder llegar a plantear generalizaciones, situación que según Szczepanski da lugar a cinco tipos de procedimientos de análisis (Pujadas, 1992, pp. 52-54):

- Análisis tipológico: La realidad investigada se busca encuadrar en categorías y clasificaciones que dan sustento a una serie de tipos.
- Análisis de contenido: En él se aplican métodos del análisis periodístico y de propaganda para comprender actitudes de los sujetos; se puede usar la estadística.
- Método de ejemplificación: Busca demostrar una hipótesis mediante el caso elegido; se ve como débil metodológicamente hablando.
- Método constructivo: Se basa en el análisis de la mayor cantidad posible de relatos desde una problemática delimitada; permite comprobar hipótesis determinadas y agregar otras conforme a los elementos descubiertos.
- Método estadístico: Sobre la base de centenares de relatos realiza estadística, dando lugar a un proceso de estandarización que elimina elementos subjetivos y permite lograr fiabilidad en los resultados.

De este modo podemos observar cómo la metodología cualitativa basada en la aproximación biográfica nos permitirá indagar de forma adecuada en las unidades domésticas, toda vez que se pretende caracterizar la complejidad de sus relaciones sociales, su forma de organización, la interacción con otros comerciantes y con sus gremios, a la par de su percepción con el gobierno local.

4.2.2 Aproximación etnográfica: Historias de vida, entrevistas narrativas semiestructuradas, observación participante

“La fuente primordial de los relatos de vida es «la persona» y el testimonio que ésta proporciona, en su doble faceta de individualidad única y sujeto histórico.” (Sanz, 2005, p. 105). De esta forma, se puede apreciar cómo las unidades domésticas de tianguistas tienen características que extrapolan su mera dinámica económica, siendo que circunscriben en contexto que las delimita, pero sobre el cual ellas manejan sus propias dinámicas y formas organizativas.

En este sentido, la selección de los sujetos puede darse de dos formas en lo general: la primera es elegir al azar a los sujetos, cuestionarlos sobre una situación específica, hasta lograr un punto de saturación; otra vía es elegir a los sujetos mediante una aproximación cuantitativa previa,

a efecto de generar un universo de análisis, para con ello elegir los parámetros más específicos y significativos, con lo que se dan las variables que cruzadas darán una tipología *ad hoc* a ser entrevistada (Pujadas, 1992, p. 60).

Una cuestión sobre la que se tiene que tener especial cuidado es elegir adecuadamente al informante, es decir, que “responda a un perfil característico y representativo del universo socio-cultural que estamos estudiando; esto es, una persona integrada en su propio medio social” (Pujadas, 1992, p. 65). De allí que hay que ser riguroso de lograr hallar a informantes que se dediquen plenamente al comercio minorista durante dos generaciones cuando menos.

Al momento de realizar la entrevista, el marco de análisis debe ser abierto, es decir, no hay nada fijado *a priori* sino que se trata de elaborar categorías descriptivas que definen y estructuran temáticamente el relato (Sanz, 2005, p. 105). Esto requiere tener la mente y los oídos expectantes para identificar la riqueza cultural que se da en las prácticas de reproducción social.

Igualmente es preciso mencionar que toda vez que el tianguis es en sí un actor colectivo, mientras se recorre y se experimenta se deberá usar otras herramientas que nos permitan asir los fenómenos sociales subyacentes a la dinámica mercantil, por lo que nos valdremos de la observación participante. Esta forma de observación se define como “una forma de mirar, de observar, ... que parte de la participación ... en aquello que investiga y que, por tanto, hace partir sus conclusiones de la densa amalgama de razones y comportamientos observados” (García y Casado, 2007, p. 49).

Conclusiones del capítulo 1

El mercado como medio de intercambio de mercancías es una forma de organización económica arraigada en todas las sociedades humanas. No obstante, en sus antecedentes en Europa en la época pre capitalista, se reducía al comercio local para satisfacciones básicas de las personas, mientras que el comercio al exterior era celosamente regulado por las municipalidades y se basaba en bienes suntuarios. Dicha circunstancia cambió a lo largo del siglo XIV, al iniciarse la consolidación de los estados nacionales, lo que derivó en la creación de mercados nacionales.

En este sentido, el antecedente de los tianguis fue la plaza de abasto, que era el lugar donde las personas obtenían insumos básicos, principalmente alimentarios. A la par, durante el siglo XIV comenzaron a tener auge en Europa las ferias, que se organizaban anualmente y duraban cierta cantidad de meses; en las mismas se intercambiaba gran cantidad de productos de diversas partes de Europa, el mediterráneo y Asia. La relevancia de estas ferias fue que comenzaron a modernizar el comercio, creando normatividad propia, así como los primeros instrumentos financieros, como la letra de cambio. Eventualmente las ferias desaparecieron para dar lugar a plazas fijas, dadas las dimensiones y necesidades del comercio.

Actualmente, ante los excesos y desestructuraciones que ha traído el hegemónico modelo capitalista neoliberal, se han planteado diversas alternativas al mismo, que van desde otras formas de consumo enfocadas a plantar cara al consumismo, buscando hacer conciencia sobre los impactos del adquirir determinados productos, hasta aquellas que propugnan por sistemas económicos que modifiquen la forma en que se dan las relaciones de transacción, dándose lentamente un cambio a las formas de entender y satisfacer las necesidades.

Entre las alternativas al consumo netamente capitalista, tenemos al consumo responsable, solidario, ético, colaborativo y saludable. Como rasgos comunes de los anteriores está la adquisición de conciencia al momento de adquirir ciertos bienes, buscando el equilibrio entre la satisfacción de necesidades y la responsabilidad social de dichas compras. Por cuanto hace a las alternativas sistémicas, está el comercio justo, los sistemas locales de intercambio y los mercados sociales/solidarios, mismos que plantean formas de producción, distribución y consumo no basadas en la mera acumulación de capital, sino que con diversos matices, pretenden lograr relaciones socioeconómicas horizontales.

De este modo tenemos que entre las alternativas más potentes está la de los *circuitos económicos solidarios*, que son redes de intercambio comercial donde no impera la lógica estrictamente económica, sino que se basa en la acumulación de una densa capa de relaciones sociales entre los involucrados, donde se impulsan valores y formas solidarias de manejarse. Estos circuitos se dan en un territorio determinado y refuerzan la cohesión social, por lo que son un

elemento de análisis indispensable al momento de entender los procesos de desarrollo de una región determinada.

Con la imposición del modelo neoliberal en México, a partir de los años ochenta se dan vertiginosos cambios en las instituciones, así como en la actividad económica, siendo el incremento de la economía popular una de sus principales características. Esta forma de economía tiene por rasgos la informalidad laboral, la familia como unidad socioeconómica, y es una opción que eligen las clases desfavorecidas para poder subsistir. Actualmente en nuestro país uno de cada dos trabajos proviene de esta forma de economía.

En este sentido, ante la referida persistente crisis, la familia no es solamente ya el mecanismo privilegiado de reproducción social, sino que se presenta como una forma de organización socioeconómica que tendrá sus propias lógicas internas, mismas que estarán mediadas por un conjunto de valores y principios donde no predominan las razones mercantiles, sino otras de índole solidaria. Dicha unidad doméstica es la que configura los tianguis, de allí la relevancia de comprender sus modos de reproducción socioeconómica, roles y procesos internos, esquemas de organización, interacciones con su gremio y organizaciones, así como sus aspiraciones y metas.

Ahora bien, como trasfondo del tianguis tenemos que este se circunscribe como centro de intercambio dentro de una región, misma que tiene un centro al cual se subordinan otras localidades aledañas, Dichas regiones son conocidas como regiones funcionales, debido a que mantienen una identidad común derivada de rasgos culturales intrínsecos, a la par de que en ellas se dan interacciones sociales, políticas, y económicas profundas y estables. Para los efectos de esta investigación, la región que analizamos es la de Atlixco, cuya cabecera, municipal y regional al mismo tiempo, está en el municipio del mismo nombre y aglutina a los municipios de Atlixco, Huaquechula, San Diego la Mesa Tochimiltzingo, Tianguismanalco y Tochimilco,

Por último, es preciso referir que dado que analizaremos las formas de reproducción social de las unidades domésticas en su papel de unidades productivas, usaremos el método etnográfico basado en entrevistas semiestructuradas, así como la observación participante, pues lo que nos

interesa es rescatar la voz de los actores del tianguis para poder adentrarnos en esta forma de organización que se adapta a los tiempos.

CAPÍTULO II. ATLIXCO Y SU REGIÓN: ACERCAMIENTO DESDE EL TIANGUIS COMO MODELO ECONOMÍA POPULAR

Introducción

El presente capítulo se estructura de tres apartados, los cuales son: 1) Breve acercamiento socio histórico de Atlixco, 2) La región funcional de Atlixco y, 3) El tianguis de Atlixco.

En el primer apartado se ofrece un panorama histórico del municipio de Atlixco, desde la época prehispánica, hasta la época actual, centrándonos en los hechos sociales, políticos y económicos más relevantes. Esto con el fin de comprender mejor los procesos que ha experimentado la cabecera distrital, núcleo de la región funcional.

El apartado dos nos adentra en los rasgos más característicos de la región, dando datos importantes sobre el ecosistema, el uso de suelo, la población en general y a la vez, disgregada por sector económico, la vocación productiva, entre otros.

El último apartado pretende dar cuenta del proceso histórico y económico que ha tenido el tianguis de Atlixco, como centro de acopio y distribución de la región funcional. Asimismo, busca caracterizar el papel que tienen los diversos actores relevantes de esta forma de organización socioeconómica colectiva.

1. Breve acercamiento socio histórico de Atlixco

La región funcional de Atlixco ha sido habitada desde la época prehispánica por diversidad de grupos de distintos orígenes, por lo que su riqueza histórica y antropológica es todavía vasta por indagar en tanto no existen estudios recientes que permitan comprender los fascinantes procesos de migración interna mesoamericana. Igualmente importante de mencionar es que esta región atlixquense tuvo desde sus orígenes coloniales una relevante vocación agrícola e industrial, pues ya desde 1540 se estableció un molino de trigo en la zona (Sánchez, 1988, p. 190).

En general, los diversos periodos como la independencia, la reforma y la revolución son históricamente poco explorados¹¹ y requiere de mayor indagación, no así el periodo posrevolucionario donde tenemos una relevante investigación en la trayectoria del movimiento sindical regional, así como sus contradicciones durante la época del partido de estado. Asimismo, se tienen amplios datos sobre su empuje industrial durante el apogeo textil, así como su trágica caída, con el cierre de numerosas fábricas de esta rama durante la primera mitad del siglo XX, tanto en la ciudad de Puebla como en la región de Atlixco; momentos que causan profundos sentimientos para los que hemos tenido la fortuna de acercarnos a su historia.

1.1 De los orígenes prehispánicos a la colonia

La zona del Valle de Atlixco tiene una larga trayectoria de asentamientos de grupos humanos; se tienen noticias de la presencia histórica de habitantes zapotecas, mixtecos, toltecas y mayas. Sin embargo, a la llegada de los españoles eran los huejotzincas quienes la habitaban. Los huejotzincas fueron aliados de los españoles en la guerra contra los mexicas, por lo que al finalizar el conflicto tuvieron una posición privilegiada, en tanto los nuevos gobernantes coloniales les reconocieron derechos sobre sus tierras; situación que hizo que la convivencia entre españoles e indígenas fuera amistosa (Silva, 1974, pp.14 y 15).

Hasta donde se tiene registro, la zona del Valle de Atlixco estaba deshabitada y no era usada de forma regular por los grupos indígenas, por lo que se volvió un lugar idóneo para los primeros asentamientos españoles. Por ello “en 1534 Alonso Díaz de Carrión pide al Virrey Martínez de Almanza el permiso para fundar una Villa, siendo hasta el 29 de septiembre de 1579, en Barcelona, donde Felipe II firma la Cédula Real de su fundación” (Levi de López, 1975, p. 8). De esto que fuera llamada en su momento Villa Carrión.

¹¹ Entre las existentes sobre esta región están las realizadas por la historiadora María de Lourdes Herrera Feria, así como las que Samuel Malpica Uribe realizó sobre el sindicalismo regional.

Considerando su ubicación¹² y clima privilegiados, a la par de la abundante disponibilidad de agua que fue la base de su agricultura y la industrialización, se dio la importación de moreras y la producción de seda en el año 1548, así como el tejido de lana en 1596, por parte de la iglesia católica (Bonilla y Malpica, 1988, pp. 226-227). En el siglo XVI se consolidó la región de Puebla y sus territorios, como Atlixco, Cholula, Huejotzingo y Tepeaca, como el centro agrícola más importante del virreinato (Miño. 2010. p. 152). Este hecho hizo que la entonces Villa de Carrión fuera reconocida ampliamente en el joven virreinato. Por lo anterior, fue considerada la zona más rica y mejor cultivada del país, siendo la primera mitad del siglo XVIII uno de sus periodos de auge, lo cual tuvo como causa la alta demanda de trigo y harina en el mercado de la Ciudad de México y en el Caribe húmedo (Giménez y Gendreau, 2001, p. 119).

Es relevante precisar que la economía, desde el siglo XVI, estuvo regida por tres actores principales: los comerciantes, la burocracia y la iglesia católica. Se hace notar que la propia iglesia otorgaba grandes préstamos, tanto los primeros como a los segundos, por lo que muchas de las propiedades pertenecían al clero (Miño. 2010. p. 154). Eso precisamente refleja la magnificencia en el trazo de los conventos y templos edificadas en la zona.

En este sentido, desde la conquista y hasta 1856 se puede determinar un periodo económico donde la unidad productiva fue la hacienda de tipo señorial, en la cual los propietarios eran de origen noble o bien reclamaban el derecho de conquista, a través de lo cual les eran entregadas grandes extensiones de tierra, usualmente arrebatadas a los pueblos indígenas (Herrera, 1988, pp. 219 - 220).

No obstante, a partir de finales del siglo XVII, comienza un proceso de estancamiento y crisis socioeconómica, derivada por sequías, heladas, el surgimiento de centros de acopio más prósperos y mejor ubicados y comunicados como Xalapa, así como el desplazamiento de la producción triguera hacia las zonas del estado de México, en especial alrededor de la ciudad de Toluca, y Michoacán. Situación que provoca el abandono de viviendas, incremento del alcoholismo y una cantidad considerable de mujeres abandonadas que quedan como cabeza familia (Contreras, 1988, pp. 183-186).

¹² Dada su cercanía con la ciudad de Puebla.

1.2 Independencia, Reforma y Revolución

Para el siglo XVIII el 60 por ciento de la población de la Nueva España se concentraba en pequeños pueblos rurales, en los cuales no se dio una compleja división del trabajo ni se asentaron las élites locales. No obstante, estas poblaciones se adaptaron rápidamente logrando integrar a personas de distintas razas y condiciones sociales (Miño. 2010. p. 153). De este modo, Villa Carrión era el epicentro de actividad comercial y política regional donde orbitaban los diversos poblados de la zona.

Cuando empezó la guerra de independencia la región de Atlixco se hallaba en una crisis agrícola, causada principalmente por el endeudamiento avasallador de las haciendas, la inestabilidad de los precios y la dificultad de obtener mano de obra que ya había sido diezmada por la colonización. Esto provocó un incremento considerable en la siembra para subsistencia y la reducción, y en muchos casos el cese total, del pago del diezmo a la Iglesia (Cervantes, 1999, pp. 115, 132 - 133).

Un rasgo a considerar es que no existe información histórica relevante sobre el papel de Villa Carrión en el proceso de independencia, pues pareciera que más bien estuvo supeditada la zona a los menesteres de las capitales del país y del estado de Puebla, en especial esta última estaba enfrascada en un conflicto económico y político con la misma capital del virreinato (Morales, 2011, pp. 51, 57 y 58).

El 1 de febrero de 1834, el General Nicolás Bravo, actuando como presidente de la República, le concede a Atlixco la categoría de Ciudad (Levi de López, 1975, p. 8). Este hecho mostró la importancia que adquirió esta población con el paso del tiempo. A finales del siglo XVIII e inicios del XIX se acentúa la decadencia y crisis agrícola en la región, y en todo el país, causada por la desestructuración social y económica derivada de la guerra de independencia. Por este motivo la industria textil cobró plena importancia, dando lugar a relevantes procesos migratorios de otras partes del país a la zona (Giménez y Gendreau, 2001, p. 119).

Por cuanto hace al periodo de la intervención estadounidense, se da en Atlixco un triste y poco recordado suceso. El 20 de octubre de 1847, con el fin de tomar la ciudad, el ejército estadounidense bombardea la misma, causando más de trescientos muertos y heridos, tanto civiles como militares, con que la población se rinde y la plaza es ocupada durante varios meses, sufriendo saqueos y severas contribuciones de guerra (Obregón, 1981, pp. 43 y 44).

Respecto al periodo de la guerra de reforma y la intervención francesa, la ciudad de Atlixco se vio seriamente afectada, pues fue objeto de tomas y repliegues de ambos bandos en el conflicto, teniendo lugar estos eventos durante el mes de abril de 1862 (Obregón, 1981, pp. 57 - 60). El suceso más relevante se dio el día 4 de mayo, cuando el General Tomás O'Horan venció a las tropas conservadoras que iban rumbo a la ciudad de Puebla a apoyar al ejército francés (Sánchez, 1966, pp. 186-187)¹³.

Una característica interesante sobre las formas de tenencia de la tierra fue que desde finales del siglo XIX, en pleno porfiriato, en cumplimiento de la Ley Lerdo, se vendieron terrenos baldíos a particulares, lo que provocó la aparición de un considerable número de haciendas, llegando a la cantidad de treinta para el año de 1894 (Levi de López, 1975, p. 24). Es verificada la tendencia nacional del establecimiento de la hacienda como unidad socioeconómica.

Retomando las cuestiones económicas, desde 1870 se tiene registro de varios talleres pequeños en la ciudad, donde se tejía el algodón, siendo estos los precursores de la industria textil que tendría auge en la siguiente década, llegando a ocupar la región atlixquense el quinto lugar nacional en la producción textil (Sánchez, 1988, pp. 192 -193). Es en 1887 cuando comienza la industria textil en Atlixco al abrirse la primera fábrica. Para 1902, Atlixco ya es la segunda ciudad en importancia en el estado de Puebla, respecto de la referida industria, sólo siendo superada por la capital estatal.

Con esto se dio un crecimiento industrial relevante en la zona, por lo que las vías de comunicación y transportes también tuvieron auge (Gendreau e Ibarra, 2000, p. 226.). En esta época de tensa estabilidad, fue cuando se da la implementación de avances tecnológicos relevantes

¹³ Es relevante mencionar que de no haberse ganado esta batalla, es probable que la victoria del 5 de mayo de 1862, tal como la conocemos, no hubiera ocurrido.

para la sociedad mexicana en general, pues el telégrafo y el alumbrado público se instalaron en la región de Atlixco en 1905, y el teléfono en 1930 (Levi de López, 1975, pp. 24).

Centrándonos en el periodo de la revolución, como en varias partes del país, la injusticia social tenía lugar en la región de Atlixco. Esto se reflejaba en la existencia de tiendas de raya en las haciendas que cobraban a los trabajadores hasta 20 por ciento de interés semanal por la adquisición de productos básicos, así como las multas que les cobraban por piezas de maquinaria rota, fuese por su mal manejo o por su mero desgaste (Gutiérrez, 2000, p. 284). Estos excesos causaban malestar entre los trabajadores y sus familias, teniendo dicha explotación como único objetivo el incesante incremento del capital.

En la época hubo una considerable presencia del ejército zapatista en la región. Esta situación ocasionó que para 1910 hubiera militares desplegados en la fábrica de Metepec, la más grande e importante en la región, lo que causaba descontento entre los obreros de la zona, pues recibían intimidación y malos tratos por parte de esos militares federales (Gutiérrez, 2000, p. 270). Para 1911 el zapatismo estaba sumamente activo en la zona de Cholula y Atlixco, invitando a los campesinos y obreros a sumárseles. Este hecho, aunado a la combatividad de los obreros de la región atlixquense, provocó que el gobierno federal buscara resolver los conflictos obrero-patronales, aún a pesar del contubernio entre las autoridades y las patronales locales (Gutiérrez, 2000, p. 275).

Derivado de los riesgos que provocaba la efervescencia revolucionaria en la zona, por mediación del gobierno, las patronales de las fábricas textiles aceptaron la reducción de la jornada de catorce a diez horas, incremento del 10 por ciento a los salarios y la integración de comisiones y comités industriales y obreros para dialogar sobre las problemáticas de los actores y proponer reglamentos. En 1912 se creó el Comité Central de Obreros de la República Mexicana, organización nacional en la cual había representantes de las fábricas de Metepec y de las otras de Atlixco (Gutiérrez, 2000, pp. 278 y 279). En general, la región de Atlixco no fue escenario de batallas relevantes o determinaciones políticas de trascendencia local o nacional. Sin embargo, la población local experimentó sus efectos de manera directa.

El fin de la revolución provocó un importante cambio en las formas de tenencia de la tierra, a través de la repartición de tierras vía expropiación de las haciendas latifundistas (Giménez y Gendreau, 2001, pp. 119). Esto provocó que las grandes haciendas desaparecieran como forma de producción agraria, dando paso el ejido como principal forma de tenencia de la tierra (Levi de López, 1975, pp. 24).

1.3 Etapa posrevolucionaria y del nacionalismo de Estado

Una vez finalizada la revolución el auge de la industria textil en Atlixco regresó, lo cual, junto a la reforma agraria, el desmembramiento de los latifundios y la consecuente desaparición de la hacienda como medio de producción, hizo que la presencia de los sindicatos tuviera un crecimiento inusitado y conocidamente violento, marcado sobre todo en las luchas entre la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y la Confederación Regional de Obreros de la República Mexicana (CROM).

Es relevante mencionar que en la época pos-revolucionaria el movimiento obrero atlixquense tuvo diversas corrientes político-ideológicas, tales como “el anarcosindicalismo de influencia magonista, el agrarismo zapatista, el laborismo de la CROM, el comunismo, y años más tarde el denominado socialismo lombardista” (García, 2017, p. 148) que diera origen a la Confederación de Trabajadores de México (CTM). En este sentido, prácticamente todos los obreros estuvieron agremiados en la Federación Sindicalista de Obreros y Campesinos del Distrito de Atlixco, la cual se adhirió en 1923 a la CROM, teniendo una fuerte ruptura en el año 1933 derivado de la separación de Vicente Lombardo Toledano, mismo que funda la Federación Regional de Obreros y Campesinos (FROC), cuya representación en Atlixco se denominó Federación Local de Obreros y Campesinos del Distrito de Atlixco (FLOC-CTM) (García, 2017, pp. 148 y 150).

La CROM logró volverse hegemónica gracias a la alianza que sostuvo con el gobernador Maximino Ávila Camacho, en 1936, provocando en la práctica un monopolio de la actividad sindical, a la cual le fue permitida la violencia como medio de mantenimiento de su poder. Esta dominación vertical era posible mediante la figura del asesor permanente, que era un encargado de fábrica elegido por la cúpula sindical y que tomaba todas las decisiones de los trabajadores, siendo

a la vez el único que podía participar en la votación del secretario general (García y Tecanhuey, 2017, pp. 24-25). En la práctica esto eliminaba la democracia en los sindicatos, creando un control autoritario y efectivo sobre el movimiento obrero.

Es importante recalcar que la CROM logró consolidar su dominio sobre los otros grupos obreros a través de una militancia armada, el uso de la violencia extrema reflejada a través del asesinato de la oposición y la intimidación a los patrones, el apoyo social de parte de la población, así como el respaldo de los diversos niveles de gobierno. Sobra decir que la impunidad sobre cualquier crimen cometido por esta organización era parte de la cotidianidad (Águila y Bortz. 2012, pp. 194-197).

Otra característica del modelo sindical de Atlixco es que los campesinos y actores populares quedaron también supeditados a la CROM, por lo que las centrales del partido oficial —el Partido Revolucionario Institucional (PRI)—, la Confederación Nacional Campesina, la Confederación de Trabajadores de México y la Confederación Nacional de Organizaciones Populares, quedaron fuera del control de los diversos grupos locales (García y Tecanhuey, 2017, pp. 26). Esta situación se tradujo en un férreo control de toda la actividad política y social del municipio y la región circundante, situación que se tradujo en una relativa estabilidad política a costa del miedo.¹⁴

1.4 De la transición al modelo neoliberal

Como se mencionó en el capítulo anterior, la década de los años setenta marca el agotamiento del modelo del Estado de Bienestar, caracterizado por una economía Keynesiana donde el gobierno intervenía activamente en los procesos económicos y donde la producción se daba principalmente en el sistema taylorista-fordista, en el cual gigantescas fábricas concentraban todas las etapas de creación de productos. Con el agotamiento de este modelo de producción y acumulación, surgió el todavía vigente modelo neoliberal, donde la economía es de libre mercado con una escasa intervención del Estatal, a la par de que el sistema productivo es flexible. En este

¹⁴ La violencia política causada por el sindicalismo corporativista que existió en Atlixco alcanzó niveles inusitados de violencia que rivalizan con la situación que ahora viven varias partes del país, derivado de la llamada guerra del narcotráfico. Este suceso histórico requiere de mayor análisis, toda vez que es un periodo que la mayor parte de la población desconoce y es de vital importancia para comprender la apatía política.

sentido, dichos sucesos que tienen un impacto a nivel mundial, se verán reflejados también a nivel nacional y regional, tal y como se precisa a continuación en nuestra región de análisis.

En la década de los años sesenta comienza a verse un declive notable en la producción textil de Atlixco causada, entre otros factores, por la obsolescencia en la maquinaria, que no podía competir con la ciudad de Puebla, situación que causaría que cerrase la icónica fábrica de Metepec en 1967 y la del León en 1969, luego de una huelga (Levi de López, 1975, p. 16). Concatenado con lo anterior, a partir de la década de los setenta comenzó el desgaste generalizado del modelo industrial textil de la región de Atlixco, provocado, entre otros factores, por la falta de innovación tecnológica, la contracción del mercado internacional derivada del final de la segunda guerra mundial y de la guerra de Corea, así como por la aparición de fibras sintéticas que no requerían el hilado de algodón (Giménez y Gendreau, 2001, p. 120).

En este punto es importante recalcar que la industrialización textil de Atlixco no fue un proceso endógeno, sino exógeno, por lo que los capitales y la tecnología llegaron desde fuera, principalmente del extranjero, por lo que las ganancias terminaron regresando a sus lugares de origen, a la par que nunca hubo transferencia e innovación tecnológica local. Otra cuestión que poco se aborda es la desaparición de la artesanía textil como parte de estos procesos (Barbosa, 1988, p. 209). Esto evidencia la necesidad de que un modelo de desarrollo local debe partir de sus capacidades endógenas a efecto de resistir mejor las afectaciones que puedan venir del exterior.

La transición y reajuste económico derivada del cierre de fábricas provocó en la práctica una pérdida sustancial de trabajos formales en el sector obrero, lo que se tradujo en una reducción del poder de la CROM, al ya no tener acceso a las cuotas sindicales y al uso del corporativismo como medio de control político. A la par, este proceso de cierre de fábricas provocó una intensa migración hacia la Ciudad de Puebla, así como un desplazamiento económico y laboral del sector secundario al terciario¹⁵ (Levi de López, 1975, p. 22).

¹⁵ De hecho, será este el momento en el que comience a tener auge la economía popular, en tanto las familias que no pudieron migrar y carecían de tierras para siembra, vieron en el comercio callejero al por menor la oportunidad de allegarse de los medios de subsistencia.

Igualmente, es a partir de los años setenta cuando la región de Atlixco ha experimentado una intensa migración hacia los Estados Unidos, en especial hacia la zona metropolitana de la ciudad de Nueva York y, en menor medida, hacia las zonas metropolitanas de Los Ángeles en el estado de California, y de Chicago en el estado de Illinois. Con esto, los migrantes se han vuelto mano de obra flexible para las grandes metrópolis, como Nueva York, abandonando su papel de productores de alimentos y trabajadores en la industria nacional (Cordero, 2004, p. 139).

2. La región funcional de Atlixco

Para el presente trabajo consideraremos como la región funcional de Atlixco la integrada por los municipios de Atlixco —la cabecera regional—, Huaquechula, San Diego la Mesa Tochimiltzingo, Tianguismanalco y Tochimilco, misma que comparte cierta homogeneidad en su conjunto: vocación productiva, cercanía geográfica, integración mediante las vías de comunicación terrestres y unidad sociocultural. Esta homogeneidad e integración regional ya ha sido reconocida en otros trabajos (Macías *et al*, 2017, pp. 45-47, Gendreau e Ibarra, 2000, p. 226).

La región se caracteriza, entre otras cosas, por un intenso flujo migratorio hacia Estados Unidos desde la década de los setenta que se origina en las características socioeconómicas e históricas señaladas en el apartado anterior. Sin embargo, existen registros que estos flujos migratorios internos e internacionales se ya estaban presentes desde los años treinta del siglo XX, siendo relevante mencionar que se dan a través de redes de apoyo entre amigos y familiares, creando y fortaleciendo redes sociales transnacionales (Cordero, 2004, p. 127) La migración desde los municipios circundantes hacia la cabecera regional, el municipio de Atlixco, de alcance intermunicipal, ha sido una constante, dándose con mayor fuerza desde el municipio de Tianguismanalco, por cuestiones laborales, desde alrededor del 2000 (Huerta *et al*, 2014, p. 9).

El recurso más importante con el cual cuenta la región de Atlixco es su medio ambiente, que es privilegiado debido a los volcanes, en especial el Popocatepetl, que con sus erupciones antiquísimas han creado una tierra sumamente fértil, a la par de permitir un constante flujo hídrico a través de la cuenca del río Canta Ranas (Reyes *et al*, 2013, p. 3).

2.1 Del ecosistema y su patrimonio natural

La riqueza natural de la región es reconocida desde que la habitan grupos humanos. De hecho, durante el reinado del emperador mexica Moctezuma Xocoyotzin se sabe que fue fundado en la zona un jardín botánico, usado para reproducir, estudiar y difundir la riqueza natural (Barbosa, 1988, p. 209) de esta región.

La región mantiene una constante actividad fluvial, lo que permite una adecuada irrigación, pues desde la Sierra del Tentzo y del volcán Popocatepetl emanan por lo menos siete corrientes acuíferas. Los ríos Nexapa y Atoyac son los importantes en el área. El clima presenta variaciones que van del semicálido a cálido, con lluvias en el verano. La parte más cercana al volcán presenta clima semifrío y subhúmedo (Giménez y Gendreau, 2001, p. 117). La temperatura media es de 18° centígrados y las lluvias son suficientes para lograr la recarga de los mantos acuíferos (Castellanos, 2020, pp. 160-161).

“La precipitación media anual varía de 719.9 a 1,061.2 mm, siendo la precipitación media anual de 890 mm. Los meses más lluviosos ocurren en junio, julio, agosto y septiembre con alturas de lluvia hasta de 1273.2 mm.” (CONAGUA, 2020, p. 5). Esto permite un verdor permanente en la zona, permitiendo la proliferación de diversas especies animales tales como la zorra aguamielera, la zorra pollera o cacomiztle, el mapache, el tejón solitario, el tlacuache, el armadillo, el gato montés, ardillas y el venado (Santamaría, 2014, p. 35).

De este modo, su paisaje se constituye como elemento de identidad, siendo el marco vital en el que se desarrollan las actividades humanas y como generador de políticas públicas integrales que deben incluir lo natural, cultural, educativo y económico, requiriéndose la participación de los actores sociales que habitan la región (Reyes *et al*, 2013, p. 7).

Tabla 1*Uso del suelo de los municipios que integran la región funcional.*

Municipio/Usos de suelo y vegetación (por ciento)	Agricultura	Zona Urbana	Bosque	Pastizal	Selva	Otro	No aplicable
Atlixco	69	15	13	1	0	1	1
Huaquechula	64.16	2.39	7.17	3.49	17.93	.76	
San Diego la Mesa	8	1	50	17	24	0	0
Tochimiltzingo							
Tianguismanalco	47.9	1.49	49.77	1.65	0	0	0
Tochimilco	43.89	3.13	43.01	3.65	2.64	.68	
Total	46.59	4.6	32.59	5.35	8.91	1.88	46.59

Fuente; Elaboración propia realizada con datos del Compendio de INEGI (2010).

En cuanto al uso del suelo a nivel de la región funcional del Valle de Atlixco, la agricultura ocupa el 46.59 por ciento del total, lo cual refleja su vocación agrícola, mientras que el espacio urbanizado apenas llega al 4.6 por ciento. Asimismo, el bosque es la principal vegetación en la región, dada su cercanía con el volcán Popocatepetl, ocupando el 32.59 por ciento de su superficie, lo cual le da un potencial no explorado a la industria maderera o el ecoturismo.

2.2 Aspectos socio demográficos

En la región, el único municipio que ha experimentado un crecimiento desmedido en cuanto a su población ha sido el de Atlixco, la cabecera regional, que ha tenido un incremento del 91 por ciento de habitantes desde 1990¹⁶. En contraste, municipios como San Diego la Mesa Tochimiltzingo, han crecido sólo un 10 por ciento. Esta situación se refleja en su consolidación como cabecera regional. Por otro lado, si bien todos los municipios integrantes de la región han tenido un aumento poblacional, el caso de San Diego la Mesa Tochimiltzingo requiere mayor análisis, toda vez que prácticamente se ha mantenido estable desde los años noventa.

¹⁶ No se encontraron estudios que pudieran explicar el sustancial incremento poblacional del municipio de Atlixco. El autor de la presente investigación maneja la hipótesis de que se dio una fuerte migración desde la ciudad de Puebla, sobre todo de clases medias y medias altas que se establecieron en diversos fraccionamientos de lujo.

Tabla 2*Crecimiento poblacional de la región funcional de 1990 a 2020*

Municipio /Población	1990	2000	2010	2020
Atlixco	74,233	82,838	127,062	141,793
Huaquechula	27,017	28,654	25,373	29,233
San Diego la Mesa Tochimiltzingo	1,145	1,116	1,132	1,270
Tianguismanalco	8,593	9,640	9 807	14,432
Tochimilco	16,093	17,171	17,028	19,315
Total	127,081	139,419	180,402	206,043

Fuente: Elaboración propia con información de los censos de población y vivienda INEGI (1990, 2000, 2010, 2020).

Derivado de los intensos flujos migratorios, la región depende en gran cantidad de las remesas que envían los migrantes, situación que permite apreciar el escaso crecimiento poblacional de los municipios periféricos (Macías *et al*, 2017, p. 51). Excluyendo a los migrantes, hay una amplia autoctonía y estabilidad, pues 83.5 por ciento de las personas vive en la misma localidad donde nació y 91 por ciento en el mismo municipio de origen (Giménez y Gendreau, 2001, p. 128). El arraigo a su localidad es un punto notable en cuanto a la dinámica poblacional.

Respecto al porcentaje de población en condición de pobreza, para el año 2021 tenemos las siguientes cifras: Atlixco 63.3 por ciento, Huaquechula 74.4 por ciento, San Diego la Mesa Tochimiltzingo 79.8 por ciento, Tianguismanalco 77.9 por ciento y un Tochimilco con 86.9 por ciento (Sistema de Información Geográfica de Pobreza [SIGP], 2021). Como se aprecia, gran parte de la población vive en condición de pobreza, llegando a niveles drásticos como es el caso de Tochimilco. De este fenómeno no escapa ni siquiera la cabecera municipal y regional, esto debido a que en su porción oriental se encuentra rodeada de *colonias*¹⁷ que en cuanto a desarrollo socioeconómico se diferencian de la cabecera y son el origen de flujos migratorios internacionales que se fundan en un mercado de trabajo precario, lo cual se relaciona también las características rurales de esas *colonias* atlixquenses.

¹⁷ De esta manera se denominan las localidades —lo que en otros municipios se llaman *juntas auxiliares*— que integran al municipio alrededor de la cabecera municipal.

Por lo que toca al estado civil de las personas, hay un porcentaje muy alto de casados, 55.3 por ciento frente a 29 por ciento de solteros, lo que se explica por el hecho de que en las áreas rurales de México la gente contrae matrimonio a edad muy temprana. El dato anterior nos remite a la estructura familiar, que se caracteriza por el predominio del modelo de familia numerosa, pues cada una cuenta en promedio con 6.22 miembros, en su mayoría muy jóvenes, así como por el relativo equilibrio entre el tipo de familia nuclear —55 por ciento— y el de la familia extensa —43.8 por ciento— (Giménez y Gendreau, 2001, p. 124).

Tabla 3

Cantidad de hablantes de lenguas indígenas 2010 a 2020.

Municipio	Lengua indígena	Número de hablantes 2010	Número de hablantes 2020
Atlixco	Chinanteca, mixteca, zapoteca, maya, mazahua, mazateco, mixe, náhuatl, otomí, purépecha, tepehuano, totonaca, tzeltal, tzotzil y zoque.	3 218	3568
Huaquechula	Mixteca, zapoteca, náhuatl, otomí y tzeltal.	147	127
San Diego la Mesa Tochimiltzingo	Náhuatl y mixteco.	11	9
Tianguismanalco	Chinanteco, otomí, zapoteco, totonaco y náhuatl.	738	527
Tochimilco	Náhuatl.	1251	1763
Total		5365	5994

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos de población y vivienda INEGI (2010 y 2020).

Una característica a considerar es que la región presenta una significativa pluriculturalidad, llegando la población de Tochimilco a casi un 10 por ciento de hablantes de náhuatl.¹⁸

2.3 Economía en cifras, sus vocaciones productivas sectoriales

Como se ha referido, la región funcional del Valle de Atlixco es pródiga en cuanto a recursos naturales, debido a su constante flujo hídrico y a su clima templado. Esto le permite ser esencialmente una zona con raigambre agrícola. “En la región predomina la agricultura de

¹⁸ Se requiere mayor investigación sobre el tema, dado que es conocido que muchos hablantes no se asumen en las encuestas por la discriminación.

subsistencia, combinada con el trabajo asalariado agrícola —el mercado de trabajo rural y su inherente precariedad y su segmentación desigual por género (Lara Flores, 1996; 2002; Chong, *et al.*, 2015)—, el comercio itinerante y la migración circular a ciudades cercanas” (Cordero, 2004, p. 119).

En primer término, debe considerarse que la relación entre tierra sembrada y cosechada es de un 99.06 por ciento, es decir, prácticamente no hay pérdidas en las cosechas, lo cual nos permite apreciar que el potencial para el agro es inmenso, en tanto existe una escasa exposición a desastres naturales o climas extremos en la región. Esto permite una planeación realista y segura de la producción por parte de los productores. Por cuanto hace a la riqueza que genera el agro representa el 7.8 por ciento del total de la entidad federativa Puebla, lo cual dimensiona su relevancia estratégica, si consideramos que son sólo cinco municipios de los 217 que tiene el estado.

Tabla 4

Superficie sembrada y cosechada, con el valor de la producción.

Municipio	Superficie sembrada (Hectáreas)	Superficie cosechada (Hectáreas)	Valor de la producción (millones de pesos)
Puebla Estado	862,572.66	830,147.69	19,690,719.79
Atlixco	10,196.06	10,188.66	728,997.22
Huaquechula	7,788.57	7,783.57	334,550.95
San Diego la Mesa	739.25	516.25	6,965.74
Tochimiltzingo			
Tianguismanalco	2,376.37	2,375.37	144,613.99
Tochimilco	5,798.60	5,783.10	322,476.66
Total	26,898.85	26,646.95	1,537,604.56

Fuente: Elaboración propia con información del Anuario Estadístico de la Producción Agrícola (2022).

Por lo anterior, se caracterizarán de forma exploratoria algunos referentes en la producción agrícola de la región funcional, lo que permitirá dimensionar su importancia y así darle el debido reconocimiento a su evidente vocación agrícola.

Tochimilco se presenta como el primer productor nacional de amaranto. Para 2021 sembró 1,116.90 hectáreas, produciendo un total de 2,602.38 toneladas, generando una ganancia de 25 millones 768 mil pesos, produciendo por sí solo el 42 por ciento de la producción nacional total

(AEPA, 2021). La contraparte de esto es que, según Corona y otros, cerca del 80 por ciento de los sembradores tienen entre 50 y 65 años (Corona *et al*, 2019, p. 14), situación adversa que impide un relevo generacional y coloca en riesgo la consolidación de esta actividad.¹⁹ Parte importante de esta adversidad demográfica, y el alejamiento generacional de las actividades agrícolas, se encuentra en los flujos migratorios internacionales que se originan en esta región. Ello que ha implicado una fuerte pérdida en lo que se refiere al bono demográfico, es decir, población en edad productiva *versus* población cercana a la edad de retiro laboral, que se ha disminuido en todas las regiones que generan flujos migratorios, y ha generado un proceso de envejecimiento poblacional, y también un cambio en los roles de género en el ámbito familiar.

Los municipios de Atlixco y Tianguismanalco aparecen como referentes nacionales en la producción de crisantemo, generando para 2021 ganancias por 18 millones y 80 millones respectivamente (AEPA, 2021). El segundo tiene una vocación productiva hacia la floricultura a cielo abierto, la cual se da a bajo costo por medios de siembra tradicional (Huerta *et al*, 2014, p. 11).

En la Junta Auxiliar de Atlimeyaya, Tianguismanalco, se dio una relevante producción de una tonelada diaria de trucha arcoíris, misma que se exportaba a Texas, en Estados Unidos de América. No obstante, este mercado se cerró tras los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, crisis de la cual no se recuperó ante la fuerte dependencia del mercado externo. Es importante precisar que aquí se encuentra el criadero más grande de trucha de todo el país (Huerta *et al*, 2014, pp. 11-12 y 23).

Por lo anterior, la agricultura, la piscicultura y la producción forestal son actividades económicas relevantes al momento de pensar en las potencialidades económicas de la región funcional, misma que actualmente solo es pensada por su atractivo turístico. En este sentido, es evidente que el modelo que ha propuesto al turismo como principal actividad, resulta insuficiente para abatir los problemas socioeconómicos existentes.

¹⁹ El potencial cultural de la zona es abordado por varios autores, en tanto el municipio fue uno de los cuatro cuarteles generales del Ejército Zapatista durante la Revolución Mexicana.

2.4 El mercado de trabajo: la PEA sectorial

Desde la década de los setenta del siglo XX, con el decaimiento definitivo de la industria textil, comenzaron procesos de transformación económica en la región. De tener un sector secundario vigoroso, ante el quiebre de fábricas y el consecuente incremento del desempleo, la población optó por buscar diferentes formas de allegarse su sustento alejándose paulatinamente del mercado de trabajo industrial. Debido a esto, hubo un desplazamiento nuevamente a la siembra de subsistencia, o bien al comercio, fortaleciéndose con esto último el mercado de trabajo en el sector económico terciario con su predominio de la precariedad laboral.

En este sentido, de los años noventa al 2010, tenemos que la población económicamente activa del municipio de Atlixco se incrementó en un 82.8 por ciento, lo cual verifica su presencia como núcleo de la región funcional. Asimismo, se redujo el sector primario, sobre todo la agricultura, y se ampliaron las cifras en el sector comercio y servicios, reduciéndose a la vez el sector secundario. En concordancia con la creciente urbanización de la ciudad de Atlixco, esta comienza centrar su vocación como centro de servicios y comercialización de bienes de la región.

Respecto a los municipios integrantes de la región, tenemos los siguientes incrementos porcentuales en la población económicamente activa: Huaquechula 58.4 por ciento, San Diego la Mesa Tochimiltzingo 7.9 por ciento, Tianguismanalco 62.6 por ciento y Tochimilco 96.7 por ciento. Como se aprecia, el crecimiento ha sido muy diferenciado, siendo particularmente notable el caso de Tochimilco.

Como se aprecia en la Tabla 5, la tendencia regional es que el sector primario va a la baja de forma sustancial, reduciéndose en un 16.74 por ciento en veinte años, lo cual se traduce en un paulatino abandono del campo y la ganadería. Por cuanto hace al sector secundario, este experimenta un ligero incremento de 4.28 por ciento, que llegando a prácticamente 14 por ciento, refleja la ausencia de industrias en el área. En lo que atañe a comercio y servicios, estos experimentaron un incremento respectivo de 6.9 por ciento y 6.67 por ciento, lo cual, refuerza la idea de que el sector terciario es aquel donde acuden los sectores poblacionales ante la escasa potencia del campo y la industria.

Tabla 5*Segmentación del mercado de trabajo por sectores económicos.*

Municipio	PEA		Primario		Secundario		Comercio		Servicios		No especificado	
	1990	2010	1990	2010	1990	2010	1990	2010	1990	2010	1990	2010
Año												
Atlixco	28,232	51,611	31.6	24.30	19.7	17.64	16.2	20.45	29.1	37.27	3.1	0.33
Huaquechula	5,916	9,375	80.8	71.37	4.7	8.15	2.6	9.29	6	11.00	5.6	0.19
San Diego la Mesa Tochimiltzingo	288	331	81.5	68.88	11.8	15.71	2.7	7.25	3.8	6.95	0	1.21
Tianguismanalco	2,118	3,444	79.2	51.68	7.1	17.10	5	12.14	6.4	18.61	2	0.46
Tochimilco	3,150	6,197	89.1	72.37	5.3	11.38	1.3	9.15	1.5	6.89	2.6	0.21
Total (por ciento)	39,704	70,95	72.44	57.70	9.72	13.99	5.56	11.65	9.36	16.14	2.66	0.48

Fuente: Elaboración propia con información de los Censos del INEGI (1990 y 2010).

2.5 Entramado social y político

Las elecciones del año 2000 revelaron un desplazamiento significativo de las preferencias electorales: el Partido Revolucionario Institucional (PRI) perdió su hegemonía tradicional en la región en beneficio del Partido Acción Nacional (PAN), que triunfó en Atlixco, y del Partido de la Revolución Democrática (PRD), que triunfó en Huaquechula (Giménez y Gendreau, 2001, p. 127). Previo a esto, la continuidad del régimen de partido de Estado fue una constante, por lo que la vida partidista electoral de la región es algo sumamente reciente.

Respecto a las administraciones municipales, existe una subcapacitación de los funcionarios locales, lo que impide que puedan apoyar a los productores en el acceso a programas. Mientras que respecto de la gestión que hacen autoridades, como los diputados federales, esta se da a través de relaciones de fidelidad política, distintas versiones del corporativismo y clientelismo que ha sido una constante de la vida política en el país, lo que permitió el dominio político del PRI por décadas, más que de visión de Estado (Huerta *et al*, 2014, pp. 16-17). Según datos del INEGI, para 2014 los principales trámites que realizaron los municipios de la región fueron: en Atlixco, la reparación de fugas de agua, con 2,820; Huaquechula, consultas médicas, 3,630 y Tianguismanalco, consulta médica 120²⁰

²⁰ San Diego la Mesa Tochimiltzingo y Tochimilco no reportaron trámites fuera de aquellos relacionados con el Registro Civil, tales como emisión de actas de nacimiento y constancias de vecindad.

En este sentido, las administraciones municipales mantienen una escasa o nula participación como actores de desarrollo socioeconómico local, remitiéndose a fungir como administraciones poco innovadoras en el ámbito económico.²¹ El caso de la siembra de amaranto en Tochimilco resulta icónico, en tanto fue una respuesta de la población a la necesidad de obtener recursos económicos desde la década de los setenta, cuando el cultivo de manzanilla deja de ser redituable. A la vez, al ser una propuesta hecha desde los propios pobladores, se basa fundamentalmente en prácticas empíricas que se van mejorando estación con estación, lo cual manifiesta un ejemplo icónico de cómo se da el desarrollo local endógeno (Santamaría, 2014, pp. 47, 49, 52 y 55).

2.6 Desentrañando el territorio, contradicciones y posibilidades

No obstante, la caracterización realizada previamente, existen dificultades y problemáticas en la región funcional que limitan su desarrollo socioeconómico. Por lo tanto, buscaremos dar una somera y muy general visión de estas limitantes halladas en la investigación. Como en la mayor parte de las regiones urbanizadas y semi urbanizadas del país, la región de Atlixco no escapa a la contaminación de su patrimonio hídrico. La contaminación derivada de los desechos de la industria, en otras regiones de los estados de Puebla y Tlaxcala, y la población, hacen que coliformes fecales, así como algunos metales pesados, contaminen todas las reservas hídricas, provocando riesgos a la salud de los habitantes. Es relevante mencionar que son precisamente los lugares en donde se siembra hortaliza y flor los que resultaron más contaminados, esto a causa de los agroquímicos y las aguas residuales (Gómez, 2002, p. 250) De este modo, la contaminación por fertilizantes y demás residuos, puede estar afectando la salud de las personas (Reyes *et al.*, 2013, p. 12).

Considerando lo anterior, en vista de que la región de Atlixco abastece a la ciudad de Puebla con el 85 por ciento de su agua potable (Reyes *et al.*, 2013, p. 7), la contaminación de sus mantos acuíferos debe ser considerado como un tema urgente a ser revisado y tratado, no solamente por los gobiernos locales, sino por la entidad federativa y la propia federación, en vista que la problemática es multidimensional y compleja.

²¹ De la consulta en repositorios de investigación no se halló bibliografía especializada en análisis politológico de la región, lo que permite ver la necesidad de abrir esa línea de investigación.

En esta línea, es de señalar que la intensa actividad humana en la región ha provocado que el ecosistema nativo haya prácticamente desaparecido (Castellanos, 2020, p. 159), esto por la tala descontrolada, ya sea para venta de madera o uso de suelo para cultivo (Santamaría, 2014, p. 34). Por lo tanto, se requiere de planes de gobierno integrales, en todos los niveles, que permitan la recuperación del patrimonio natural perdido.

Desde la perspectiva cultural, resulta relevante el caso del amaranto en Tochimilco. Siendo este municipio un productor nacional relevante, como ya se dijo, no ha podido consolidar el proceso de transformación de la semilla, que por sí misma tiene una trascendencia significativa desde tiempos prehispánicos. A la par, la eficiencia productiva, el valor del mercado y el valor agregado resulta ser mucho menos competitivo que el de otros estados del país, que fungen como receptores del amaranto producido en Puebla (Corona *et al.*, 2019, p. 4).

Respecto al estado de las carreteras y caminos, en términos generales se encuentran en un estado funcional. No obstante, para el caso de transporte de personas, se dio el caso de la prohibición de los mototaxis en 2013, en detrimento de la población que los usaba por ser un medio accesible y de bajo costo. Dicha prohibición terminó beneficiando a grupos empresariales de la ciudad de Puebla (Huerta *et al.*, 2014, p. 19). Repensar el medio de transporte regional es una cuestión de primer orden.

Como antes se ha precisado, existe en la región una migración masiva hacia EUA, principalmente hacia la zona metropolitana de la ciudad de Nueva York (Santamaría, 2014, p. 71). No obstante, no hay registro de políticas públicas locales que permiten redireccionar los ingresos provenientes de los migrantes hacia la creación de un mercado interno diversificado de la agricultura²². De este modo, tenemos que las dificultades que atraviesa la región de Atlixco son puntuales y de enorme trascendencia para la vida de sus habitantes y comunidades, por lo que ampliar la investigación y difusión sobre estos temas es un adecuado inicio para aportar elementos que permitan a corto y mediano plazo idear propuestas de solución.

²² Probablemente esto se esté superando con el apoyo que el actual gobierno estatal ha estado dando, en distintas regiones del estado de Puebla, a proyectos de economía social solidaria a través del Instituto Nacional de Economía Social (INAES). Sin embargo, habrá que esperar aún algunos años para poder valorar los resultados.

3. El tianguis de Atlixco

El tianguis, como forma de la economía popular, cumple un papel social fundamental pues la población de áreas habitacionales bajas, medias bajas y medias adquieren en ellos hasta el 50 por ciento de sus insumos básicos para la alimentación (Ayala y Castillo, 2015, p. 677). Con lo que se convierten en un elemento eje en el cumplimiento del derecho a la alimentación, que se encuentra establecido en el numeral 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM, 2011)

No obstante, la importancia de esta forma de organización socioeconómica, los procesos de “modernización” llevados a gran escala en los mercados populares, a pesar de que representan un gigantesco uso de recursos públicos, se remiten a una visión eminentemente capitalista, en tanto se busca desplazar a los comerciantes y homologar los procesos hacia un modelo más parecido a centros comerciales (Delgadillo, 2016, p. 67). Por lo anterior, entender cómo se han desarrollado los procesos de modernización en el tianguis de Atlixco permitirá ahondar en las contradicciones del modelo de política pública y ampliar las potencialidades que tiene el modelo de economía social y solidaria en la zona.

3.1 Breve historia del tianguis

El tianguis en Atlixco forma parte de una antigua tradición, encontrándose sus orígenes como lo conocemos en la actualidad en la época de la Colonia. Este tianguis era usualmente permitido dos días a la semana, uno para la venta grande, donde bajaban los pueblos indígenas para vender sus mercancías y abastecerse ellos mismos, y otro de menor tamaño. Usualmente se colocaba en la plaza principal o en calles aledañas.

Durante el siglo XIX se colocó en diversas locaciones, dada su relevancia, pero a mediados de 1930 se asentó de manera semi permanente detrás del Ex Convento e Iglesia de Santa Cecilia,

precisamente en donde se encontraba la huerta de estas instalaciones religiosas.²³ De este modo, para 1940 se construyó el Mercado Benito Juárez, en concordancia con la necesidad de “embellecer” la ciudad y organizar el comercio. En 1960 se construiría el Mercado Ignacio Zaragoza en lo que era las afueras de la ciudad, actualmente las calles 7 sur y 11 poniente.

Es importante recalcar que ambos mercados estaban bajo el control de la CROM, misma que realizaba una gran fiesta dentro del mercado Benito Juárez, donde repartía enchiladas y demás alimentos a todos los locatarios y personas que circularan por el mercado. No obstante, dicho dinero era reunido durante todo el año por las aportaciones de los comerciantes y, dado que estaban administradas por el sindicato, sólo una minúscula cantidad era realmente usada, siendo la mayor parte robada por el propio sindicato (Rodríguez, 2014, pp. 56-57).

Resulta preciso mencionar que independientemente de la apertura de los dos mercados, la tradición del tianguis no se perdió, sino que siguió realizándose en diversas calles aledañas al zócalo, terminando donde está actualmente en los años noventa del siglo XX. En este sentido, precisamente en esa década, concordando con la continuada crisis que empezó en los años ochenta, se dio un incremento continuo en la extensión de mercado, pues muchas personas optaron por el comercio en las calles como medio de subsistencia.

3.2 Integración en el circuito económico solidario

El tianguis de Atlixco se constituye como el centro de acopio y distribución de los diversos municipios aledaños, y hasta la década de los noventa, fue fundamental en el comercio con el estado de Morelos²⁴, y todavía en la actualidad, con alcances en municipios de las mixtecas bajas poblana y oaxaqueña, en particular en las regiones encabezadas por Acatlán de Osorio, en el estado de Puebla, y por Huajuapán de León, en el estado de Oaxaca. En este sentido, el tianguis sigue fungiendo como el más importante centro de abasto de la región y de otras regiones como se ha dicho. Sin embargo, no existen datos oficiales sobre la cuantía de las transacciones que se realizan.

²³ La información de este apartado se obtuvo de una entrevista al historiador local José Alvarado, mismo que ha fungido como cronista de la Ciudad y tiene los datos en dos de sus libros inéditos.

²⁴ En 1988 se inaugura la Central de Abasto de Cuautla, Morelos, y muchos comerciantes optaron por acudir a la misma para adquirir y vender sus productos al mayoreo.

Tampoco existen datos o investigación actual que permita dimensionar las redes de comercio que se dan al interior.

Por cuanto hace nuestra investigación, de forma empírica²⁵ se encontró que no hay frutas regionales que se vendan al por mayor, inclusive algunos informantes refirieron que el clima no era favorable para los productos más recurridos. De las que se venden, como el plátano, son traídas directamente desde Tabasco y Veracruz, las naranjas igualmente de Veracruz. Otros productos, como la zanahoria, la jícama, la papa, son adquiridos de diversos estados. Es interesante saber que muchos de estas mercancías no se producen en la región, pero que son traídas de lugares tan lejanos como Sinaloa, para el caso de jitomate. Ahora bien, respecto de los productos regionales que pudimos verificar que se producen, se cultivan y cosechan precisamente en la región funcional, de los cuales podemos mencionar las flores, los lácteos y derivados, las hortalizas, así como diversidad de hierbas de olor.

Por cuanto hace a las investigaciones encontradas, tenemos que los campesinos de Tochimilco venden su producción de amaranto y demás cultivos en el tianguis de Atlixco (Santamaría, 2014, p. 50). Perspectiva que refuerza el papel que tiene el tianguis como centro de distribución. También es fundamental mencionar que aproximadamente trescientas familias de campesinos bajan de diversas comunidades de la región funcional para vender sus mercancías. Sin embargo, su situación es evidentemente precaria, pues carecen de apoyos institucionales o de algún gremio, por lo que la venta es básicamente de subsistencia, sin que puedan desarrollar técnicas para lograr valor agregado a sus mercancías.

3.3 Aspectos económicos

Para la década de los noventa en el tianguis de Atlixco, alrededor del 90 por ciento del intercambio agrícola de la región se daba en el tianguis, siendo el segundo más importante en el estado de Puebla, después del de Tepeaca que se consideró el más importante de América Latina. Congrega a más de cinco mil comerciantes, muchos de ellos dedicados al mayoreo. Los productos que allí se ofrecen son muy variados: granos, legumbres, flores, todo tipo de ropa y zapatos, aperos

²⁵ Mediante entrevistas a diversos comerciantes de la zona mayorista, efectuadas en el mes de abril y mayo de 2022.

de labranza, abarrotes, jarcería, etcétera. La centralidad y el área de atracción e influencia de este mercado permiten definir claramente al valle de Atlixco como una región económica (Giménez y Gendreau, 2001, p. 120).

El tianguis se divide en secciones que incluyen el área de mayoristas y de minoristas. Se pudo apreciar que en algún momento debió tener un orden más detallado, como una sección de frutas, otra de hortalizas, ferreterías, flores, etcétera. Sin embargo, ante su constante crecimiento, el otorgamiento de permisos de forma descontrolada hizo que las secciones perdieran su homogeneidad.²⁶ No obstante, en términos generales, sí mantiene una fluida cohesión determinada por las calles en que se ubican los puestos.

En cuanto a la organización interna de cada puesto, cada comerciante comenzó de forma distinta y aprendió su rubro de forma empírica, siendo el ensayo y error el común denominador en las experiencias encontradas. Es interesante ver que no existe formación para la venta, sino que conforme a la costumbre o imitación se van dando los procesos de mejora. En los casos de éxito, este se debe fundamentalmente a un espíritu de compromiso con el puesto, trabajo duro y buena atención al cliente, siendo escasos los comerciantes que llegan a esas posiciones.

Entre los comerciantes no se halló organización democráticamente estructurada que genuinamente respondiera ante los intereses de los mismos. Las existentes se daban en forma de asociaciones civiles que, en la práctica, son controladas por uno o varios líderes que funcionan como intermediarios entre la administración municipal y los agremiados. Para pertenecer a estas organizaciones se requiere el compromiso con el líder de acudir a las manifestaciones que les requieran, así como pagar sus cuotas cada vez que hay tianguis.²⁷

Otro factor que debe considerarse es que la llegada de mercados mayoristas tipo supermercado, han disminuido la venta de los tianguistas, en tanto que las clases medias y medias altas optan por acudir allí a comprar sus productos, aun cuando en determinados casos son de mayor

²⁶ Uno de los informantes abrió su puesto de jugos en el área de ropa, porque allí no tenía competencia y era socorrido su producto.

²⁷ Los testimonios refirieron que hay aproximadamente treinta líderes principales en el tianguis, y que las cantidades de cuotas van de los 30 a los 120 pesos. Por ende, se da una recaudación para los líderes que oscila entre los \$ 150,000.00 M.N. y los \$ 400,000.00 M.N. por cada día de tianguis.

precio. Ante esto, el sentimiento de queja referido por los comerciantes entrevistados, fue generalizado.

3.4 Implicaciones culturales

Una característica que resulta relevante es que los puestos del tianguis son creados, atendidos y administrados por familias que se comportan como una unidad económica. Situación que refuerza la idea de que la cohesión de las familias nucleares y extendidas es la clave para poder desempeñar dicho papel. A la par, considerando que los puestos son heredados por usos y costumbres, se explica la tendencia al arraigo local y la estabilidad poblacional (Giménez y Gendreau, 2001, pp. 124 y 128).

En las entrevistas realizadas y los testimonios obtenidos se pudo entrever que no había un evidente sentido de identidad y solidaridad entre los comerciantes, sino que más bien respondían ante el líder que les permitió obtener el puesto en primer lugar. Asimismo, fue recurrente la animadversión que existe entre muchos comerciantes, misma que es provocada por actitudes no cívicas o éticas entre los mismos.²⁸

Asimismo, la percepción de la ciudadanía, de los funcionarios y de los propios tianguistas respecto del tianguis era sumamente disímil. Por un lado existía la comprensión de que era necesario el tianguis porque allí se adquirirían los productos a menor precio, más frescos y en variedad. En contra estaban las condiciones de suciedad e insalubridad que se mantenían, así como los tratos hoscos de algunos comerciantes.

3.5 Marco jurídico e institucional

²⁸ Fue frecuente el uso por parte de los comerciantes de términos como chismes, envidias, malas vibras, etcétera. Entre las causas de ello no había uniformidad entre los testimonios. Algunos las explicaban por la mala educación, otros por el estrés y cansancio, algunos más por los rencores provocados por la falta de éxito en los negocios o los problemas familiares.

El tianguis, desde un acercamiento jurídico e institucional, es una figura controvertida, Históricamente es una forma de organización que mantiene una tensión entre la regulación y el crecimiento descontrolado. Lugar de contrastes, pugnas e intereses, es complicado de delimitar por su propia dinámica.

El tianguis es regulado desde 2016 por el Reglamento de Mercados, Tianguis, Centrales de Abasto o de Acopio y Comercio en Vía Pública, del Municipio de Atlixco, Puebla, marco que establece el conjunto de obligaciones y derechos de los comerciantes, el papel de las autoridades, los mecanismos de asignación de puestos, el actuar de los inspectores, ente otros. Es relevante mencionar que los tianguistas desconocen el contenido del reglamento y se encuentran usualmente expuestos ante los abusos de sus líderes o de algunos funcionarios.²⁹

Respecto de cómo los planes municipales de desarrollo han abordado el tema del tianguis, tenemos que el plan de 2008 refiere que se requiere su reubicación, sin ahondar en los mecanismos o propuestas concretas para ello. El plan municipal de 2011 lo hace constar como un importante centro comercializador regional, más que local, a efecto de lograr la interrelación de las economías agrícolas (PMD, 2011, p. 53). No obstante, no considera alguna acción concreta en beneficio del mismo. El plan de 2014 sólo planteó su adecuada reglamentación, sin precisar los alcances de esta medida (PMD, 2014, p. 16). Por último, el plan de 2018 ni siquiera lo menciona. Curiosamente respecto del mercado Benito Juárez hablan de mejorar la higiene y salubridad, lo cual ya desde el año 1975 se precisaba en la investigación de Levi de López (Levi de López, 1975, p. 18).

Conclusiones del capítulo II

Las investigaciones históricas respecto de los diversos municipios que integran la región funcional de Atlixco son escasas, a excepción de la cabecera municipal. En este sentido, es relevante el papel que ha tenido la cabecera como eje de desarrollo desde la época de la colonia. Se ha detectado la necesidad de incrementar la investigación en el México independiente, así como

²⁹ De los informantes había una tendencia a referir que ellos mismos eran descuidados y no leían sus propios derechos, por la dificultad que eso conllevaba, así como la sencillez de sólo responder ante sus líderes.

en la época de la reforma y el porfiriato. Por cuanto hace a la etapa del nacionalismo de estado, existe amplia bibliografía, no así respecto de la etapa neoliberal.

De las últimas etapas mencionadas es sumamente relevante el papel que tuvo la región en la producción textil, dando origen a una potente industria, la cual llegó a ocupar una importante posición a nivel nacional. A la par, dicho crecimiento trajo consigo el fortalecimiento y consolidación de un sindicalismo corporativista regido por la CROM, que trajo una estabilidad política y económica basada en el miedo y la explotación.

Respecto de los modelos actuales de desarrollo socioeconómico de la región de Atlixco, se puede afirmar que están provocando la destrucción del patrimonio natural, agotando sus recursos y contaminando seriamente sus mantos hídricos, por lo que es necesario y urgente pensar de manera integral la problemática (Reyes *et al*, 2013, pp. 16-17). En este sentido es preciso que las propuestas de planes de desarrollo tengan un acercamiento democrático y ecológico.

Por cuanto hace a los programas de gobierno, hay considerables áreas de oportunidad, dado que actualmente hay una ausencia de programas estatales que permitan la consolidación de la región respecto a sus vocaciones productivas. A la par, los programas federales de apoyo, como PROCAMPO y PROAGRO, están enfocados principalmente a productores industriales y sobre productos determinados, como maíz y frijol, que no reflejan las necesidades de los productores agrícolas de la región, a la par de que son excesivamente burocráticos (Huerta *et al*, 2014, p. 12)

La ocupación informal y precaria cumple un papel extendido en la región como medio de satisfacer las necesidades inmediatas de sus pobladores, lo que refleja la limitación de la región para crear trabajos formales suficientes, lo que se ve aparejado con la pauperización de la ruralidad (Macías *et al*, 2017, p. 53). De este modo, se tiene que pensar en cómo lograr que el mercado de trabajo pueda tener una transformación profunda hacia la formalidad de amplios sectores poblacionales, hoy desprotegidos.

Si bien es cierto que la zona tiene una tradición agrícola relevante, e incluso ha logrado consolidar mercados como el de la floricultura, existen otras vertientes contrapuestas que no han sido debidamente consideradas. La otra cara de los invernaderos de Atlixco es que las malas

prácticas en el uso de plaguicidas, los espacios sin ventilar, el equipo inadecuado, provoca la inhalación de vapores nocivos para los trabajadores, lo cual ha dado como resultado alteraciones celulares y a nivel genético, lo que puede poner en riesgo la salud de los mismos (Ortega *et al.*, 2018, p. 277)

Hay escasa bibliografía sobre los diversos municipios de la región funcional: para San Diego la Mesa Tochimiltzingo, sólo se trata el tema de los migrantes y la tipología de flora y fauna; respecto a Tianguismanalco y Huaquechula hay igualmente pocos textos que sólo aluden a las afectaciones de sus templos por el terremoto de 2017. De este modo, hay un fecundo terreno para la investigación de la región funcional trabajada, investigación que es indispensable para poder pensar y plantear de manera realista, alternativas a los grandes problemas sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales que se han expuesto.

CAPÍTULO III. LAS FAMILIAS DE COMERCIANTES DEL TIANGUIS DE ATLIXCO: UN ACERCAMIENTO A SUS RELACIONES SOCIOECONÓMICAS DESDE LA ECONOMÍA POPULAR, SOCIAL Y SOLIDARIA.

Introducción

En este capítulo se busca caracterizar las dinámicas de trabajo de las familias tianguistas, su forma de organización para el trabajo, las relaciones que mantienen con el ayuntamiento y sus gremios, así como su relación con la región funcional trabajada: la región de Atlixco. A la par, se abordan las relaciones y percepciones de las organizaciones de comerciantes y del propio ayuntamiento de Atlixco respecto del tianguis, esto desde los ángulos económico, social, cultural e histórico, como se ha hecho en los capítulos anteriores. Por último, de forma sumamente somera, se busca dar elementos que nos permitan dimensionar las dinámicas socioeconómicas de la región funcional investigada.

Para indagar sobre lo anterior, utilizaremos como insumo principal la información obtenida de las diversas entrevistas a profundidad y la observación participante realizadas con los comerciantes tianguistas, vecinos del lugar y autoridades atlixquenses, analizándose los datos obtenidos a la luz de la teoría sobre la economía popular, social y solidaria, con la intención de contrastarlos y comprenderlos en el contexto particular.

Respecto a la metodología, se presenta un cuadro donde se muestran las entrevistas realizadas, con datos generales como rango de edad, sexo y giro comercial al cual se dedican los sujetos participantes. Para efectos de salvaguardar la identidad de los informantes, se les ha mantenido en el anonimato, usando un sistema de etiquetas al momento de transcribir sus narraciones. Tal como se muestra en la Tabla 6 usada como referencia.

Conforme a esto, es preciso referir que la economía popular es aquella donde grupos domésticos, de manera independiente o subordinada, orientan su fuerza de trabajo de forma ininterrumpida para satisfacer sus necesidades, creando un conjunto de prácticas y valores comunes con otros actores similares o relacionados, instituyendo formas de organización social (Coraggio,

1999, p. 5)³⁰. De esto tenemos que la familia como unidad socioeconómica es una de las unidades básicas de la economía popular.

Tabla 6.

Datos para el etiquetado de los colaboradores.

Número	Siglas del colaborador	Sexo	Edad	Entrevista	Giro	Orden de giro	Etiqueta
001	CP	M	A	G	sombreros	RO	CP-M-A-G-RO
002	FR	H	A	G	jugos	CO	FR-H-A-G-CO
003	JA	H	Y	G	talabartero	OF	JA-H-Y-G-OF
004	JC	H	A	G	ropa	RO	JC-H-A-G-RO
005	ML	M	A	G	taco placero	CO	ML-M-A-G-CO
006	MA	M	A	G	fruta	AL	MA-M-A-G-AL
007	ME	M	Y	G	pan	CO	ME-M-Y-G-CO
008	MC	H	A	G	jitomate	AL	MC-H-A-G-AL
009	ZA	M	J	G	taco placero	CO	ZA-M-J-G-CO
010	PD	H	A	S	abarrotes	AB	PD-H-A-S-AB
011	JL	M	A	S	abarrotes	AB	JL-M-A-S-AB
012	RS	H	A	S	plátano y naranja	AL	RS-H-A-S-AL
013	MT	M	J	S	frijol y maíz	AL	MT-M-J-S-AL
014	CN	M	Y	S	aguacate	AL	CN-M-Y-S-AL
015	LF	M	J	S	flores	FL	LF-M-J-S-FL
016	HE	H	A	S	burócrata	BU	HE-H-A-S-BU

Códigos	
Entrevista	
grabación	G
sin grabación	S
Edad	
25 a 45	J
46 a 65	A
66 a 90	Y
Sexo	
hombre	H
mujer	M

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas.

³⁰ Ayús (1999) considera a la Economía Popular como los espacios económicos en donde se desarrollan actividades, tales como mercados, bazares, plazas, tianguis, centros de abasto, comercios pequeños, entre otros, y que tiene que ver con los lugares donde distintos sectores sociales adquieren sus productos básicos (p. 65).

1. Las familias de comerciantes como unidades socioeconómicas

El tema de la familia como unidad socioeconómica en el tianguis de Atlixco no ha sido abordado hasta el momento en la academia, esto no obstante su relevancia en la distribución de alimentos y de distintos insumos básicos. En relación con el imaginario social, estos actores sociales son vistos como parte de la vida cotidiana, pero no más allá de proveedores de bienes de consumo, invisibilizando con ello sus historias y valor social.

En este sentido, tenemos que la familia como unidad socioeconómica, para los efectos de esta investigación, es aquella que se inscribe como comerciante en el tianguis de Atlixco, que autoemplea, que ejerce el intercambio de productos al menudeo o mayoreo, a efecto de obtener recursos que le permitan subsistir, y que, por medio de dichas dinámicas socioeconómicas, crea identidad, sentido de pertenencia y relación con otros actores similares o análogos³¹.

En el presente apartado, se pretende caracterizar las formas en las cuales ingresaron al tianguis, la forma en que se organizan para el trabajo, sus aspiraciones y metas, así como las dificultades que enfrentan.

1.1 El origen del oficio: Unos nacen, otros se hacen

No hay una uniformidad en la cual las personas y sus familias llegan a ser comerciantes en el tianguis. Los casos identificados van desde las personas que lo hacen porque sus padres lo fueron, a los que llegaron allí porque sus circunstancias de vida cambiaron radicalmente y vieron en el comercio tianguista su opción para vivir mediante la autoocupación. Muchos tianguistas empezaron en el comercio a temprana edad para apoyar a sus familias:

³¹ Borsotti (1981) refiere que la participación en conjunto en el ingreso económico es una de las características fundamentales de las unidades socio económicas, pues permite explicar más profundamente sus formas de organización (p. 177)

“En el tianguis empecé desde los doce años... primero para ayudar a mi madre porque ella tenía su puesto así en vía pública y pues la cuestión era apoyarla con los gastos de mis hermanos menores. Entonces empezamos a trabajar cuidando su puesto de ella, posteriormente formé a mi familia y nos dedicamos a lo mismo, lo que aprendimos de nuestros padres...,” (FR-H-A-G-CO).

“... yo inicié desde que tenía yo como ocho años, ocho años de edad, cuando mi madre, este, laboraba o ejercía una vendimia en el mercado tianguis Ignacio Zaragoza, oh sí, ahí, este, pues ella vendía lo que era verdura, legumbre y pues a nosotros para que ella acabara de vender o vendiera más, anduve ofreciendo. Me mandaba a mi hermana y a mí a ofrecer todo a la mayor parte del tianguis para acabar [la venta]... (JC-H-A-G-RO).

“Yo mmm, iba yo en la secundaria, tendría yo como doce años, y mi mamá vendía en el Benito Juárez, vendía pollo, mi papá vendía aquí en el tianguis. Entonces, pues ya sabes que de chamaco pues quiere uno un poquito de dinero, ¿no? Entonces, pues mi mamá nos daba todo, pero dinero no nos daba, nos compraba lo que quisieras, pero dinero no nos daba, y pues tú muy bien sabes que cuando ya vas a la secundaria, empiezas a conocer a la amiguita, al amiguito aquí, y pues sí requieres de dinero, ¿no? Entonces, este... mi mamá le dijo a mi papá, ‘mira el chamaco quiere dinero todo el tiempo’, entonces dijo mi papá, ¿quieres dinero?, pues trabaja...” (MC-H-A-G-AL).³²

Es importante mencionar que muchos de los comerciantes que empezaron este oficio a corta edad lo mantienen toda su vida. A la par, gran parte de ellos han sido exitosos en el desarrollo del mismo, en tanto han logrado obtener un nivel de vida decente, consiguiendo casa propia y dotando a sus hijos de patrimonio o educación incluso hasta nivel superior.

Una característica relevante en esta actividad socioeconómica es que el objetivo de las familias es lograr un progreso social, una cierta movilidad social ascendente, lo cual está marcado por una presión que se ejerce sobre sus miembros para lograr dichos objetivos (Borsotti, 1981, p. 182). En relación con esto, ocurre que las personas emigran de sus localidades de origen, generalmente procesos de migración intermunicipal, en busca de mejores condiciones de vida, como lo narra una comerciante:

³² A diferencia de los obreros, profesionistas o burócratas, los comerciantes tienen la posibilidad de ingresar a sus miembros jóvenes en el trabajo, lo que les permite tener visión del valor del trabajo desde temprana edad.

“...yo empecé a vender de veintitrés años... por la necesidad, porque mi esposo rentaba para un taller de bicicletas, pero veníamos del pueblo, los dos. Entonces no sabía arreglar bicicletas puso su puesto, su taller, y fue aprendiendo. Por mientras no le pedían, no le pedían chambas, por mientras ya teníamos dos hijas, entonces teníamos que buscar para comer. Entonces le digo, pongo un puesto de taquitos por allá, ‘pues ponlo a ver qué’ y sí, le digo, ‘si no se vende, nos lo comemos’ porque no hay nada perdido, hay que comprar poquito y vas preparando, y si se vende se compra otro poquito. Y no, sí gracias a dios, sí, sí, sí, y desde entonces empecé a vender taquitos y ahí la llevamos, hasta ahora...” (ML-M-A-G-CO).

En algunos casos, al iniciar súbitamente el trabajo de tianguista, sobre todo cuando no hubo precedente en el comercio tianguista, existe un sentimiento de pena y dificultad, como lo expresa una vendedora que previamente había sido profesionista, como un sentimiento de movilidad social descendente, de pérdida de estatus social:

“...nosotros iniciamos hace diez años, también como con pena tal vez, ¿no? caminando como ambulantes, porque así empezamos todos, como ambulantes caminando, esteeee ofreciendo... eeh, pedimos permiso, por ejemplo, pues nosotros pedimos permiso para esta área, oiga me puede otorgar un permiso aquí...” (CP-M-A-G-RO).

Hay tianguistas que tienen un carácter híbrido, pues no solamente se dedican a la venta los días de plaza, sino que en varias ocasiones son productores de su propia mercancía (Denham, 2021, p. 367). Tal es el caso de una familia que nos mencionó que se dedican a la siembra de milpa y que cada sábado acuden al tianguis grande a vender su mercancía (MT-M-J-S-AL).

Respecto a cómo consiguieron su lugar en el tianguis, tampoco existe una uniformidad en cuánto al método: algunos lo obtuvieron por relaciones corporativizadas y clientelares, otros los compraron, mientras que otros simplemente se usaron de forma ininterrumpida, tal como uno de los comerciantes manifiesta:

“...hay espacios que están a disponibilidad, pues si hay un espacio en disponibilidad pues empieza uno a ocupar como todo el mundo, pues al final de cuentas ya se va reconociendo,

a través de los años, un derecho sobre un área es como decirlo, tenemos espacios donde trabajar...” (FR-H-A-G-CO).

Otro rasgo que es importante mencionar, es que no todos los tianguistas han estado de forma ininterrumpida ejerciendo su oficio, sino que son sujetos que, conforme a las oportunidades y vaivenes de la vida, toman determinaciones que los hacen hacer más cosas. Se muestra a continuación un ejemplo de un tianguista:

“...pues no le voy a decir que todo el tiempo he estado en el tianguis. Una vez me fui a Estados Unidos y pues, ora sí que fui y regresé, ¿no?, regresé al tianguis, y otra vez cuando, pues, fue una mala racha que, pues habíamos ganado bastante dinero en una buena racha y en dos compras acabé todo ese dinero, me fue mal en esas compras y tuve la necesidad, me metí a trabajar al servicio público...” (MC-H-A-G-AL).

El tianguista JC-H-A-G-RO también mencionó que muchos años fue contratista de obra de construcción. Sin embargo, derivado de un accidente, tuvo que regresar al comercio para solventar sus necesidades. Se reitera que en diversos casos el comercio tianguista se vuelve la alternativa ante la pérdida del trabajo.

También es interesante ver cómo, cuando hay casos de éxito, la propia inercia del negocio hace que la familia extendida se integre al mismo, tal como comenta una tianguista:

“... [mi nieto] sale de la prepa, ya es su último año, y viene derecho para acá y el sábado también. Le digo tienes que ir a ganarte, aunque sea lo de tus pasajes. Puede que *haiga* comida, puede que haya todo en la casa, pero tú tienes que ser independiente, ya tienes novia, entonces que quieres un refresco, una agüita, un chicle, aunque sea, y cómo que no te alcance para algo, tienes que comprarle a la novia y que andes pidiendo, ¡no!, tienes que acostumbrarte a que tú también tienes. El sábado se viene, a las seis de la mañana ya está acá...” (ML-M-A-G-CO).

El caso de esta familia tianguista es sumamente interesante debido a que todos los hijos, y tres nietos, trabajan en el negocio, formándose una cultura y una identidad del trabajo y el esfuerzo

para obtener las cosas. Los hijos de forma permanente³³, y los nietos de forma esporádica debido al estudio. Lo relevante también es que se les inculca desde menores un sentido de trabajar para obtener sus propios recursos.

De este modo podemos apreciar cómo el tianguista a veces nace y otras se hace, de modo que no existe un medio único por el cual se llega a serlo. Sin embargo, es notorio el hecho de que la familia de tianguistas adquiere características éticas relevantes, como darle un importante valor al trabajo desde temprana edad. Con esto se logra que los menores apoyen en el negocio y a la vez obtengan recursos para satisfacer sus gustos y necesidades de su edad. Circunstancia que difiere ampliamente de las familias de profesionistas, donde los hijos mantienen una cultura de pedir, sin que puedan de manera sencilla obtener recursos propios a través de la dinámica laboral de los padres, que difiere ampliamente con la que realizan los comerciantes tianguistas.

1.2 La dinámica de la organización para la venta

Como cualquier unidad socioeconómica, la familia de tianguistas también se organiza para realizar sus actividades. De las entrevistas obtenidas, se puede entrever que no existe una tendencia a prepararse, formal o informalmente, para mejorar los procesos de venta, sino que todo se da conforme a la práctica cotidiana y al buen juicio que desarrollan los tianguistas, lo que revela estrategias organizacionales pragmáticas basadas en el empirismo. Así, las cantidades de insumos a comprar, los procesos de preparación y venta, el registro de ganancias y pérdidas, el trato y seguimiento del cliente, los procesos de mercadeo, el análisis de mercados, entre otros tantos, se perfeccionan empíricamente a través del tiempo.

El trato con el cliente es de vital importancia para el tianguista, dado que es el medio principal por el cual se acreditan y logran obtener su fidelidad. Este trato cercano y personal es icónico del tianguis y los contrasta fuertemente con los supermercados, donde el servicio al cliente

³³ De los cinco hijos, dos emigraron a Estados Unidos desde jóvenes y se han asentado allá. El fenómeno de la migración laboral hacia el norte se experimenta fuertemente en toda la región. Los estudios sobre el tema son todavía recientes y se requieren para entender la particularidad de dichos fenómenos socioeconómicos.

es impersonal, altamente normativo y rutinario (Ayús, 1999, p. 78)³⁴, Uno de los casos más interesantes observados era el de un señor que vendía telas de diversas texturas y colores: el señor se subía sobre una plataforma improvisada y con un micrófono “subastaba” las telas, lo cual hacía que las personas se interesaran por el producto y se aglutinaran alrededor del vendedor. Su carisma era notable.

En la organización del comercio, los integrantes de la familia tienen que consultarse entre sí para la toma de decisiones, por lo que el cumplimiento de deberes está mediado por negociaciones basadas en el poder y el ejercicio de la autoridad dentro del ámbito familiar, dando como resultado un sistema de jerarquías: la reciprocidad y la dependencia son constituyentes de la división de las tareas (Román, 2014, p. 124). De este modo, la tendencia que se vio en las entrevistas es que usualmente el padre o la madre, como cabezas del grupo familiar, toman la iniciativa para organizar la venta y administración de los recursos, mientras que los demás miembros obedecen. Esta situación eventualmente causa rencillas, que se puede entender como una expresión del conflicto inherente a las organizaciones, y puede terminar provocado la división de las unidades familiares.

Ahora bien, si bien es cierto que la mayoría de las familias de tianguistas suelen dedicarse generacionalmente al mismo giro, la realidad demuestra que eso no es una regla, como lo atestigua un vendedor:

“...una vez que formé mi familia, eh pues tratar de vender algo diferente a lo que vendía mi madre porque no le podía hacer la competencia ella vendía abarrotes y no sería cordial que yo vendiera abarrotes...” (FR-H-A-G-CO).

Esta idea de que el vender lo mismo que la familia puede traer una competencia que provoque la disminución de las ganancias fue recurrente en varios vendedores. En contraposición, la idea de que es bueno seguir el mismo negocio, porque ya se conoce cómo se maneja, fue

³⁴ El autor alude al estudio de Robin Leidner, de 1992, denominado “Fast Food. Fast Talk: Service Work and Routinization of Everyday Life”, donde muestra como los vendedores son capacitados para reproducir formas mecanizadas de trato al cliente, dándole instrucciones para hablar, mirar y sentir de cierto modo, incluso les instruyen a decir chistes estandarizados, impidiendo al individuo manifestar su propia personalidad.

igualmente apoyada. De este modo, habría que ahondar en posteriores investigaciones que determina dichas tendencias.

En el caso de las familias que trabajan en el mismo negocio, se busca una división en el trabajo que permita mayor eficiencia y ganancias, tal cual manifiesta un vendedor de jugos:

“...pues es un negocio familiar, lo apoyan mis hijos, mi nuera, son los que apoyan y de alguna manera pues también obtienen la remuneración para pagar sus gastos familiares... trabajamos todos los días para que de alguna manera pues ellos puedan también tener lo básico de la canasta básica... ellos [hijos y nuera] también van a ofrecer, a repartir, si porque es un poco, un poco difícil desde aquí que la gente lo vea a uno, si quieren un producto, vienen y se les hace, o se elabora y se le lleva... (FR-H-A-G-CO).

Esta idea de ir a buscar al cliente a su propio puesto para ofrecerle y luego llevarle el producto, no fue vista en todos los negocios de comida, por lo que es una estrategia que le otorga una evidente ventaja a esta familia de comerciantes.

En el tianguis el trato al cliente se da en formas cercanas y familiares. El reconocimiento de los compradores es fundamental para una buena venta, así como prácticas que no se dan en el comercio más formal, tal como el famoso pilón³⁵ (Denham, 2021, p. 357). De hecho, el buen trato al cliente crea relaciones que desbordan la cuestión estrictamente económica, creándose lazos de amistad, tal como menciona una tianguista:

“...le digo a mis hijos, mientras tú atiendas bien al cliente el cliente va a venir, entonces tengo clientes, unos ya se fueron, ya nos abandonaron... pero unos desde esa entrada nos siguen todavía, ya son de mi edad y siguen viniendo a comer gracias a dios. Y los clientes que se van al norte regresan a comer sus tacos, gracias a dios muchos, y a veces me traen los billetes que van a ganar, aunque sea uno de cinco, de a veinte [dólares], según como esté su bolsillo, porque hay personas que nos dejan cincuenta pesos, y cuanto más junto mis dolaritos es en diciembre...” (ML-M-A-G-CO).

³⁵ El pilón es un extra que regala el comerciante al cliente, como forma de gratitud por haberle comprado.

Estas formas de apoyo y agradecimiento hacia el tianguista no fueron vistas en todas las unidades domésticas analizadas, de hecho, fueron las menos. Se infiere que mucho tiene que ver la personalidad amable y hacendosa de la matriarca que dirige el negocio.

Al mismo tiempo, la relación que mantienen los tianguistas con sus proveedores igualmente rebasa la lógica meramente económica, y se inserta en esquemas de amistad y aprecio, tal como menciona un comerciante respecto de los sembradores de jitomate a quienes les compra:

“Uno ha hecho amistades con esas personas ya, los conocemos de años, porque ya vienen directamente contigo, ya no andan chachareando, buscando por allá, vienen y te dicen: ‘ya en quince días empiezo, ¿vas a querer? No pues sí, voy a querer cajas’. Ya se les proporciona la tara, ellos te llenan de producto, ya nada más te arreglas con el precio, si tiene camioneta, te las vienen a dejar hasta acá, si no tienen camioneta, pues tú tienes que ir a traerlos a su casa. Y te digo como ya tienes amistad, ya te invitan el refresquito, que la sopita, que el molito, que la cerveza, haces amistad, haces migas con las personas del campo.” (MC-H-A-G-AL)

Respecto a las relaciones entre los comerciantes, la propia dinámica de competencia que hay entre ellos provoca tensión y pugna. Al buscar allegarse de la mayor clientela posible, necesariamente tendrán que interferir en las ventas de su vecino vendedor. Incluso pueden interpretarse dicha competencia como algo desleal, como lo refiere un tianguista:

“...se da mucho de que hay compañeros que meten lo que ven que se vende, en la zona donde están. Entonces causan un conflicto ¿no?, porque son competencias desleales de alguna manera. Si veo que el de enfrente vende bien un producto y yo lo meto le voy a hacer competencia, genera un choque...” (FR-H-A-G-CO).

Esta situación fue uno de los problemas más recurrentes, encontrándose pocos casos de solidaridad y apoyo entre tianguistas. Lamentablemente este sentido de competencia impide ver las potencialidades que tienen como gremio para poder organizarse y realizar acciones colectivas que les permitan atraer mayor cantidad de clientes al tianguis.

También hay que considerar que el oficio es sumamente demandante y precisa de muchos esfuerzos, como bien deja constancia una comerciante:

“...cuarenta años aguanté, desde las 3:00 de la mañana hasta las 10-11 de la noche. Pero solamente así tienes que comer, no hace falta nada. Y ya los hijos no quisieron estudiar, no quisieron estudiar, pero gracias a dios tenían que comer, lo más indispensable, que no les falta de comer y asunto arreglado y todos a agarraron mi negocio...” (ML-M-A-G-CO)

En este caso no es que la tianguista haya renunciado, sino que sus hijos tomaron las riendas del negocio. En otros casos vistos, mencionaron los tianguistas que empezaban a arreglar sus puestos desde las cinco de la mañana, describiendo cómo primero barrían el lugar y luego iban por las cosas a bodegas cercanas que rentaban, cómo colocaban el manteado o bien pagaban a personas que se los colocaban, para entonces distribuir la mercancía de forma que el cliente pudiera verla.

1.3 Las necesidades del tianguista, de los espacios de venta, el crédito y la seguridad social

El tianguista genera riqueza y cumple una relevante función social. Sin embargo, su propia dinámica de trabajo le impide allegarse de todos los recursos con los cuales puede contar una empresa establecida o un trabajador formal. A pesar de este limbo socioeconómico, la necesidad orilla a la creatividad para lograr tener los elementos necesarios para ejercer su oficio y satisfacer sus insuficiencias.

La fuerza de trabajo suele provenir de la misma familia y estar arraigada en la localidad. Los horarios y las condiciones laborales son altamente irregulares y carecen de las formalizaciones jurídicas y/o contractuales vigentes en otros ámbitos laborales (Ayús, 1999, p. 63). No obstante, habría que considerar que dichas formas de trabajo terciario e irregular son actualmente una realidad en la mayor parte del sector primario y terciario, como se ha visto en los capítulos anteriores.

Los padres de las familias de tianguistas buscan dar estudios a sus hijos, incluso de nivel superior. No obstante, ellos mismo cuentan con escasa educación formal (Denham, 2021, p. 356).

Esta situación ha sido referida por diversos tianguistas, quienes dieron educación superior a sus hijos, viendo ese hecho como algo fundamental para el desarrollo de su progeñie (RS-H-A-S-AL y JC-H-A-G-RO). Aunque sobre este asunto hay matices, dado que una considerable cantidad de hijos de tianguistas no terminan ejerciendo su profesión, por lo que terminan dedicándose ya sea al comercio o bien a otro oficio. Esta situación es vista de diversas por formas por los comerciantes, algunos con aceptación y comprensión, otros con franco desdén y disgusto. Concatenado a esto, también acontece que los hermanos mayores trabajan para poder darles estudios a los menores, mismos que logran una profesión dejando atrás el comercio (FR-H-A-G-CO).

Las relaciones entre tianguistas son ambivalentes, dándose situaciones desde solidaridad hasta franca enemistad. Respecto a la solidaridad y apoyo tenemos casos interesantes, como aquellos donde las personas que son profesionistas enseñan a leer a otros, como el caso de la vendedora CP-M-A-G-RO, misma que refiere:

“Aquí hay mucha gente que no sabe ni leer ni escribir. Sí, yo este... personalmente aquí a mucha gente les enseñé a leer en mis ratos libres, ¿Por qué?, porque es una necesidad de todos. Hay gente que ni siquiera sabe firmar. Eso es importante y eso es lo básico. Entonces yo le enseñaba en sus ratos libres..., porque hay [personas] mayores que no tienen recursos para saber leer, escribir... a mí no me quitó nada, a dos, tres personas que les enseñé el alfabeto, les enseñe las letras, ya saben, ya saben leer, ya saben escribir, ya no me andan pidiendo favores de que ‘Oiga, ¿qué dice aquí?’, ‘Oiga me piden una forma, ¿cómo le hago para firmar?’ ‘No, pues mire la firma tiene que ser básica, tiene que ser legible para usted, en cualquier lado le va a servir para cualquier documento, para cualquier movimiento que haga usted’...”

De este modo, se percibe en un primer momento que hay personas que no tienen acceso a medios de alfabetización y tienen necesidad de ello. Y, por otro lado, que hay un interés genuino de las personas en apoyar en aquello que pueden. Otros tianguistas manifiestan su solidaridad dando fiado o bien regalando producto cuando hay necesidad, como refieren otros vendedores:

“...la cuestión a veces al pagar pues no vendieron y me piden que a la siguiente me pagan y pues también se genera una solidaridad con ellos ¿no?, entonces uno a veces sí no te preocupes me pagas a la siguiente...” (FR-H-A-G-CO).

“... les digo a mis hijos, dales [un taco placero] y que no te dé lástima, que no te dé lástima porque ellos te traen tus verduritas, ¿no?, porque les digo, sí, la verdurita ellos la trajeron... dales sin lástima para que, este, se llenen de prosperidad, porque si les dan con coraje, no, a mí no me gusta así. Si les vas a dar, dales con gusto, lo que *haiga*; a veces no se acabó la papa [con chorizo], lo chiles [capeados], dales una papa, dales un chile, ponle huevo [hervido], dale longaniza, no pues andan contentas las gentes, se van recontentas, ajá, y gracias a Dios mire, hemos conservado los clientes... (ML-M-A-G-CO).³⁶

Lo anterior hace constar que la “*solidaridad no implica igualdad, ni siquiera equidad, sino reglas aceptadas de distribución y arreglos de reciprocidad de algún tipo, donde recibir obliga a retribuir de algún modo, establecido por usos y costumbres, a quien dio o al grupo al que pertenece el dador o a algún otro miembro de la comunidad*” (Coraggio, 1999, p. 7). Por lo cual los gestos de solidaridad se dan como medios de reconocimiento y apoyo mutuo, en lo cual no median cuestiones económicas, sino morales. Situaciones que no se dan en otras unidades económicas de comercio minorista, como los supermercados.

Otra cuestión relevante es que al interior del tianguis no existen suficientes espacios para poder vender, como los propios tianguistas refieren:

“...muchos años atrás pues había más disponibilidad de espacio actualmente ya hay una saturación de espacios...” (FR-H-A-G-CO).

Esta situación provoca en que muchos tianguistas tengan que caminar extenuantes jornadas por todo el tianguis, teniendo que pagar cuotas a ciertos líderes para poder vender, so pena de que los inspectores los despojen de las mercancías. Una cantidad considerable de tianguistas comentaron que es una de las formas usuales en las cuales muchas personas comienzan en el oficio, sobre todo cuando hubo una situación adversa y quedaron sin trabajo.

Respecto a los sistemas de crédito, hay una reticencia generalizada en no recurrir a ellos por malas experiencias, propias y ajenas, como lo mencionan los comerciantes:

³⁶ De hecho, cuando pasé junto con mi esposa a visitar a la comerciante posteriormente, nos invitó los tacos, rehusándose a aceptar el pago. Por lo que después le llevé unos dulces típicos, dándose así en la práctica el principio de reciprocidad que refiere Polanyi (2007).

“...los créditos también son una carga muy pesada, en donde muchos compañeros han caído sus negocios por eso, porque los intereses a veces son altos... y no hay una equidad entre las entradas con las salidas y ahí es donde un negocio se viene abajo... [aparte están] esos créditos grupales, si alguien queda mal hay una responsabilidad de pagar el que no, el que si pagó tiene que cubrir del compañero que no dio... pues si se ve de muchos compañeros que se quejan de que uno no pagó... “(FR-H-A-G-CO).

Por cuanto hace a los sistemas bancarios y de ahorro formal, también existe una profunda desconfianza sobre los mismos. En algunos casos por la mala experiencia de los fraudes que provocaron supuestas cajas de ahorro, como Grupo SITMA³⁷, donde una tianguista perdió doscientos cincuenta mil pesos. Derivado de lo anterior, los comerciantes que pueden optan por la compra de terrenos o de mercancía no fungible como medio de ahorro e inversión.

Referente al tema del acceso a sistemas de salud pública, este resulta de primer orden para los comerciantes, pues es una necesidad que requiere ser resuelta y de la cual no hay referencias que el ayuntamiento o algún otro nivel de gobierno haya intervenido para otorgarla. La aparición de enfermedades graves o urgencias médicas, puede suponer terribles consecuencias financieras y anímicas para la familia de tianguistas, como bien refiere uno de ellos:

“...requerimos de una atención [médica] que muchas veces no tenemos y eso también les pega mucho a muchos comerciantes que cuando se enferman tienen que desembolsar grandes cantidades de dinero, y a veces tiene que ser conseguido por préstamos o créditos. “(FR-H-A-G-CO)

El acceso a servicios de salud se da a través de empresas particulares como *Farmacias del Ahorro* o el *Doctor Simi*, no teniendo referencias que la Clínica de la Secretaría de Salud atienda casos de problemas de salud. De lo que se reconoce de la Clínica Pública es que promueve campañas de vacunación. Por cuanto hace a cirugías o tratamientos mayores, varía el lugar de atención dependiendo el tianguista. Algunos acuden a hospitales estatales de la ciudad de Puebla,

³⁷ Fue un fraude que realizó dicha empresa, Grupo SITMA, donde a cambio del depósito de efectivo a la empresa, esta prometía elevados intereses en retorno. La empresa terminó en bancarrota y muchísimas personas perdieron sus ahorros.

otros, lo más pudientes, pagan hospitales privados. No obstante, esto último supone un desgaste profundo en sus finanzas, colocando en riesgo el bienestar de las unidades domésticas.

Un dato que tuvo cierto eco entre los comerciantes fue que derivado del ataque terrorista a las torres gemelas, del 11 de septiembre de 2001 hubo una crisis económica considerable en Atlixco, ello por las afectaciones sobre los trabajadores migrantes. Se especula que se debió al cierre de fronteras, la interrupción de la llegada de remesas, así como la migración de retorno.

1.4 Autoconcepto, ventajas y desventajas del comercio tianguista

Un rasgo interesante de la familia tianguista es la confianza que da trabajar por un negocio que es propio y compartido por los demás miembros de la familia. Esta situación provoca un incentivo psíquico, a la vez que permite sobrellevar los conflictos de mejor manera, toda vez que no hay intereses dicotómicos como pasa en las empresas privadas (Razeto, 2005, p. 980). Este es un rasgo que comparte esta forma de economía popular con la economía social y solidaria: la identidad y apego de ser dueños de sus trabajos.

Independientemente de la perspectiva que puedan tener las personas externas, en el tianguis hay orgullo respecto a su labor. Son conscientes de que su trabajo es arduo y honesto, como bien lo mencionan una los tianguistas:

“Porque las personas son así, pues trabajan de sol a sol y eso es bueno porque no le estoy pidiendo nada regalado, nada estamos pidiendo regáleme, yo creo que estamos trabajando como toda la gente y pues eso es un beneficio para los atlixquenses. Yo creo que toda la gente nos ha reconocido, en Puebla igual, en Puebla atlixquense que va, “oye ¿eres de Atlixco? Si se ve bien chambita”, si soy bien trabajador, yo trabajado y trabajo muy bien, si se da cuenta y se da una vuelta a todo el mercado por lo regular somos madres solteras las que estamos trabajando. Mira, por ejemplo, la señora trabaja y no le da pena, hay muchas, de hecho, hay mucha mujer de edad avanzada que aun así viene y trabaja y si usted le dice tenga para... no, no, yo para eso tengo manos, me gusta trabajar, no necesito que me den, yo necesito trabajar y puedo trabajar, así es.” (CP-M-A-G-RO).

“...es un trabajo honesto familiar y debido a eso es que lo pues lo hacemos con gusto”. (FR-H-A-G-CO).

Situación que evidencia que los comerciantes no están por lo general buscando dádivas gubernamentales o de organizaciones de la sociedad civil, sino que ven al trabajo como un medio de sustento digno y necesario. A la par, se aprecia el tema del género en el trabajo, pues como perciben, son madres solteras una cantidad considerable de comerciantes que salen día a día a trabajar por sus familias.³⁸ Esta situación concuerda con el planteamiento de Coraggio (1999). Él determina que el trabajo de la unidad doméstica, que funciona como microemprendimiento mercantil, no busca la maximización de la ganancia, sino que pretende la eficientización máxima del uso de los recursos (pp. 6-7).

Otro factor de que debe considerarse es la ausencia de seguridad social entre prácticamente todos los comerciantes. Esta situación los orilla a trabajar de forma incesante, aún en caso de enfermedad, pues de otra forma no tienen otros medios para allegarse de recursos. Es significativa la declaración de una vendedora:

“...hay gente que está enferma, gente que no puede salir con una enfermedad crónica o con enfermedades que ya están muy este, pues ya están deterioradas ya son [guarda silencio] ¿Cómo se llama? Letales [silencio]. Ya no tienen remedio. Sin embargo siguen trabajando, fíjese [silencio]. Y se mueren así eh, o sea, comerciantes que tienen este, problemas de salud y aun así están trabajando y siguen trabajando hasta que se mueran; y luego comúnmente dicen ‘aunque me entierran en el lugar, pero yo sigo trabajando’, comúnmente se dice, ¿no? Es un sobredicho, pero este así lo dicen y es que desafortunadamente nos acostumbramos tanto al trabajo, tanto a la necesidad que lo vemos muy cómodo y decimos bueno pues ya me alcanza para esto ahora...” (CP-M-A-G-RO).

Otra situación que acontece son los problemas derivados del estrés laboral y la falta de atención psicológica:

³⁸ La cuestión del trabajo en adultos mayores es un tema que debe profundizarse en posteriores investigaciones, dado que hay un número considerable de adultos mayores que carecen de redes de apoyo y requieren trabajar en condiciones aún más duras al no tener otros medios de sustento.

“...los problemas pues mire lo que pasa es que este, aquí hay mucha violencia por lo mismo de que tenemos un horario de trabajo muy extenso, rebasamos las ocho horas. Entonces eso permite que muchos comerciantes tengamos el estrés hasta el tope y se maneja mucho estrés... [que la gente sepa que] el visitar un psicólogo también repercute en tener buenas ideas, porque, porque sabes que un psicólogo es el que media la conducta... [él te va a preguntar] a ver, cuéntame ¿Cuáles son tus motivos de enojo de tu...? ¿Por qué actúas de esa manera? No pues es que mire, yo soy así, vengo enojada, vengo triste, se me murió mi mamá, la señora ya me mojó por eso... sería un buen tema para este, para un psicólogo venir a hacer un esquema de cómo están alteradas las situaciones, las emociones aquí... (CP-M-A-G-RO)³⁹

La salud psicológica de los tianguistas es un tema de suma importancia, toda vez que en los tianguistas se percibe la dificultad para sobrellevar el estrés que provocan los problemas cotidianos del oficio, por lo que muchas veces terminan causando problemas innecesarios. Algunos informantes manifestaron arranques de histeria por parte de algunos comerciantes por cosas razonables, como el pedirles que le bajaran a su música o que no les corrieran a los clientes.

Hay otra cuestión a considerar en el comercio tianguista respecto de la forma en la cual se lleva a cabo la compraventa de mercancía. En esta forma de economía popular no existen contratos escritos que se rijan conforme a las reglas que establecen las leyes, sino que se dan mediante acuerdo de palabra, lo que impide que, en caso de uno de los contratantes incumpla, pueda acudir a tribunales que le permitan el acceso a la justicia. Esto provoca un elevado número de engaños y pérdidas para los tianguistas, como lo comenta uno de ellos:

... y esos canijos que me vendieron el jitomate carearon el jitomate, todo lo que estaba alrededor [de la caja] sin más era puro jitomate de primera, y todo lo que estaba adentro, era jitomate desecho, desperdicio... Me traje un torton⁴⁰ completo, un torton le caben quinientas veinte cajas. De las quinientas veinte cajas, cuándo yo me di cuenta cómo estaba el jitomate, haga usted de cuenta, que, si recupere doscientas, fue pues, trato ¿no?, negocio, y las demás se fueron a la basura, yo fui y pues busqué al señor, oye, así no se vale, y el señor me dijo,

³⁹ La misma vendedora refirió que existe mucho prejuicio sobre el acudir a un psicólogo, a la par del costo elevado.

⁴⁰ Camión de carga con capacidad de 16 a 22 toneladas.

no, pues tú los viste, yo no te engañé, a mí me pagas, y este, pues tuve que pagarle... en aquel entonces [año 2000] perdí más de sesenta mil pesos...” (MC-H-A-G-AL)⁴¹.

Igualmente, las problemáticas cotidianas afloran en el día a día, provocando fricciones entre los mismos comerciantes, muchas veces basadas en animadversiones banales e injustificadas, tal como refiere la siguiere tianguista:

“...a nosotros la de la esquina nos envidia. Es la señora la del pollo, este, viene y empieza a jalonear todo, todo, todo, su lugar de ella está hasta por donde están las tinas [señala el límite de su espacio asignado], pero este, ahorita llega la mamá y casi no quiere dejar espacio; que, porque yo gano mucho dinero, que porque yo vendo mucho. Le digo, mire gracias a Dios, pues también como trates a tu cliente, ¿no?, Como te acredites, porque ella vende una cosa, vende otra, y ni se acredita con uno, ni se acredita con otro, pero siempre la envidia es dominante. Le digo a mi nuera, déjala, déjala, que haga, si la señora así es feliz, porque luego se sienta, por un lado, se sienta por el otro y ni vende...” (ML-M-A-G-CO).

Sobre la envidia entre los tianguistas y sus efectos perniciosos debe hacerse mayor investigación, dado que muchos comerciantes apuntaron que este es un problema generalizado. En mayor o menor medida los informantes refirieron que muchos conflictos se causan porque sus vecinos comerciantes están molestos de que les vaya mejor a otros que a ellos, por lo que provocan discordia a través de rumores, ensuciando sus puestos, acusándolos falsamente de conductas indebidas, entre otros.

Por último, algunos comerciantes que llegan a tener cantidades grandes de recursos económicos derivados del comercio, han experimentado delitos graves como el secuestro, por lo que muchos son muy cautos al momento de hablar sobre los flujos de efectivo que manejan.

2. La familia de comerciantes y sus organizaciones gremiales

No existe un claro indicio de cuándo empezaron las primeras organizaciones de tianguistas. Los informes apuntan a que fue el sindicato de la CROM quién impulso dichas organizaciones en

⁴¹ Esta deuda provocó que el tianguista emigrara a Estados Unidos por tres años.

los mercados y tianguis, desde la década de 1940. Actualmente no hay número definido de la organización y cómo está integrada, y mucho menos un padrón de estas por parte del ayuntamiento. Entre los datos arrojados por los informantes, hasta lo encontrado en los medios de comunicación, tenemos que existen entre doce y veintitrés organizaciones y líderes (Domínguez, 2022).

Este tema en particular fue sumamente polémico de tratar entre los informantes, tanto tianguistas como funcionarios, toda vez que en una considerable cantidad de casos permeaba un hermetismo sospechoso. Muchos informantes optaban por eludir el tema, mientras que otros sólo referían que no les gustaba meterse en esos temas, que la política no era para ellos. Otros tantos manifestaban un abierto rechazo hacia los líderes y organizaciones.

2.1 Las organizaciones de comerciantes: una diversidad homogénea

El tianguis se puede entender como el control territorial del comercio popular, donde se involucran líderes, organizaciones sociales, autoridades y los comerciantes, todos con un sistema clientelista de trasfondo. En la práctica, un líder o una organización llega a un acuerdo con una autoridad, previo reparto de prebendas, para que se establezcan en una calle los comerciantes. Derivado de esto, surge la relación de lealtad entre tianguistas y líderes generalmente ligados al sistema de partidos políticos desde donde se fortalece una forma de control corporativizada (Denham, 2021, p. 359). Este tema es tratado por uno de los tianguistas que menciona que:

“les daban [los funcionarios del ayuntamiento], este, preferencia a la gente de fuera, gente foránea que venía de llámese Tlaxcala, Tepeaca, San Martín, Puebla. Les daban preferencia por darles para su refresco, ¿no? La autoridad les daba ese permiso para vender y a la gente de Atlixco pues nunca, nunca tenía un permiso para vender, y pues querían para el refresco y pues fue la inconformidad...” (JC-H-A-G-RO).

En general, los líderes manejan el discurso de que las organizaciones sirven como medio de defensa del derecho de los comerciantes a trabajar en el mercado, como lo refiere una comerciante:

...a menos que de veras sea una cuestión en contra o a favor de la administración, porque nos quieren imponer una, este, una ideología no, entonces si ya platicamos, Tenemos una organización de comerciantes y ahí nos organizamos, pero solamente para fines del trabajo, para fines laborales, pero ya para fines en cuanto a salud, en cuanto a aprendizaje, ya los ven efimeros, ya no lo ven como algo necesario...” (CP-M-A-G-RO).

En este sentido, los informantes tuvieron posturas muy divididas al respecto. Los que pertenecían a alguna de las organizaciones estaban agradecidos por el espacio y reconocían la importancia de estar organizados, aunque manifestaban también la inconformidad con sus líderes, que terminaban beneficiándose mayormente de las manifestaciones realizadas. Otros, los no agremiados, comentaron que los líderes eran innecesarios y que sólo abusaban de la ignorancia de los comerciantes.

También es preciso referir que las organizaciones otorgaban beneficios a sus agremiados cercanos, de los cuales podía disponer la totalidad, como es el caso de la asignación de espacios, como mencionó uno de los informantes:

“...mi papá, mi padre era entonces una persona que era colector de una organización... un sindicato de sí de la CROM, y el me apoyó con un espacio para ejercer, para empezar a ejercer una vendimia.” (JC-H-A-G-RO)

Este mismo informante terminaría convirtiéndose en líder de tianguis, refiriendo que fueron las propias personas cercanas las que lo eligieron por no cobrar cuotas excesivas y sí permitirles poder vender en paz.

Ayús (1999) refiere que se “requiere poco capital para acceder a un espacio en el mercado, pero el acceso está condicionado, en una buena cantidad de casos, por relaciones extra económicas: familiares, compadrazgos, recomendaciones, clientelismo, traspasos” (p. 63). Esta circunstancia es parcialmente cierta, en la medida de que aún con los contactos, la venta de espacios requiere de sumas considerables de dinero. Algunos informantes refieren que un lugar en la parte más concurrida del tianguis puede llegar a venderse hasta en doscientos mil pesos, lo cual va en contra de que se requiere poco capital para vender el tianguis.

2.2 Los gremios y el ayuntamiento, un somero acercamiento

Los espacios en el tianguis son ocupados permanentemente por comerciantes a través de un permiso que les otorga el ayuntamiento. Para el caso de que no acudan un día de plaza, el espacio puede ser otorgado sólo por ese día a otros vendedores sin puesto. No obstante, esto se da mediante la venia de los líderes que controlan esa calle, previo pago de cuota (Denham, 2021, p. 356). Esta circunstancia se comprueba en la presente investigación, toda vez que efectivamente son los líderes de calle quienes controlan el espacio. No obstante, la última administración pareciera tener mayor control, pues de las declaraciones recibidas se aprecia que los inspectores tienen la última palabra al momento de asignar el espacio libre⁴².

No hay muchos referentes en cuanto al acercamiento de los gremios de comerciantes y el ayuntamiento para otra cosa que no sea el trabajo y la repartición de espacios. Se percibe una inercia de desidia entre ambas partes tratándose de temas que pueda beneficiar realmente a los comerciantes. Igualmente, hay un ocultamiento general del sistemático tráfico de influencias que tienen ciertos líderes con el ayuntamiento. Varios informantes manifestaron cómo anteriores directores de mercados y tianguis vendían los espacios en contubernio con los líderes.

Un comerciante refirió que por el año 1995 su organización promovió los servicios de un dentista y un médico que pudiera atender a los comerciantes, utilizando la plaza “La Rotonda”. Pidieron al Ayuntamiento el apoyo con un espacio para que estos profesionistas estuvieran de forma permanente, pero nunca llegó el apoyo (FR-H-A-G-CO).

No obstante, también es cierto que el ayuntamiento apoya en ocasiones a los comerciantes sin pedir recursos extra, más allá del pago de derechos diario, sobre todo tratándose de permisos temporales para fechas festivas. En estos casos, usualmente se acerca a líderes más conscientes con los cuales puede llegar a acuerdos mutuamente satisfactorios. Coloquemos un caso compartido por un líder:

“¿Qué te comprometes a hacer? Ya tienes permiso ¿Qué te comprometes a hacer?... Me dice el director ¿Qué te parece que el veinticinco [de diciembre] me lo libera? porque el

⁴² Por última administración entiéndase el gobierno municipal del periodo 2021-2024.

treinta y el primero de enero ya no quiero nada en el mercado, pero el veinticinco tú comprométete a que el tianguis me lo dejan limpio, el veinticuatro se levantan en la noche, se libera y el veintiséis se vuelven a colocar ¿Qué te parece? me dice. Perfecto, pero quiero que alguien me ayude, que lo difunda ¿sí? Que lo difunda para que nos apoyemos. Le respondí sí, yo ahorita me encargo de organizar [los permisos] para que te apoyemos, y quiero barrido, limpio el mercado...” (JC-H-A-G-RO)

En este caso, el otorgamiento de permisos para venta no se reduce a meras prebendas económicas para cuestiones legales o pagos de derechos, sino que intervienen intereses que van más allá de la cuestión monetaria y se encuadran en un asunto de gobernabilidad e imagen urbana.

Como parte de este trabajo, es preciso recordar el dominio autoritario que ejerció en su momento la CROM, bajo el control de su último secretario general, Eleazar Camarillo Ochoa. La CROM controló todos los aspectos de la vida económica y política de Atlixco, y eso también implicó al tianguis, como nos narra un tianguista:

“...tu no podías vender comprar y vender [todas] las mercancías, nada más era lo que tenías en tu permiso, que era este jitomate, venta de jitomate, o venta de chile y venta de papa [sólo chile o sólo papa].

Entrevistador: ¿Eso hasta qué año fue? ¿O sea, desde que usted fue chico hasta...?

Tianguista: hasta... eso no tiene mucho, eh, en lo que se mencionó el mercado libre, tendrá como unos, (silencio) pues apenas como unos diez años, en realidad el mercado, anteriormente, era dirigido, usted sabe que aquí en el tianguis dominan los partidos, ¿no?, Entonces, quiero pensar, que usted sabe que anteriormente era Eleazar Camarillo y no había otro, que Eleazar Camarillo, ora si que era el jefe y tenías que entrarle a lo que el decía, y estaba nada más, anteriormente, estaba la CROM y si la CROM decía verde, tenía que ser verde, si la CROM decía azul, tenía que ser azul, así era anteriormente, había más, como que más disciplina, antes no había eso, de que ya te diste de golpes con otro, con el vecino, o que ya se gritaron la señora y ya se pegaron, no, capaz de que castigaban quince días [sin permiso de venta]” (MC-H-A-G-AL)

Por lo anterior, tenemos que es bien conocida la cercana relación que tiene el ayuntamiento con los líderes y organizaciones, relación que se basa en la repartición de espacios, aparentando la legalidad, mediando un elaborado sistema de cuotas paralegales que terminan beneficiado tanto a

líderes como a funcionarios. A la par, el ayuntamiento y el aparato político partidista ve en los líderes el mecanismo idóneo para asegurar una cantidad de votos el día de las elecciones, por lo que el voto corporativo, que está prohibido por la ley electoral, se vuelve un uso y costumbre que es utilizado por todas las fuerzas políticas.⁴³

2.3 Relaciones inter gremiales

Hasta los años setenta el concepto de solidaridad era uno de los más empleados por los grupos sociales para lograr identidad y canalizar las energías sociales para el cumplimiento de sus objetivos (Razeto, 2005, p. 974). Expresiones como conciencia de clase, unión del proletariado, y vanguardia obrera eran eslóganes que se presentaban como bandera de las izquierdas y los grupos sociales. No obstante, con la caída de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y el final del llamado “comunismo realmente existente”, estas ideas perdieron fuerza.

Con todas sus salvedades, y a pesar de la caída del discurso social, la misma existencia de organizaciones que han resistido permite tener un elemento para poder construir y potenciar formas de organización solidaria (Razeto, 2005, p. 983). Este es el caso de las organizaciones de comerciantes, que, aún a pesar de sus defectos, se han mantenido como un elemento clave para evitar la desaparición del tianguis, que es un tema que se ha venido tratando en la agenda de varias administraciones previas.

Aún con todo el hermetismo que existe entre los gremios, de las declaraciones que rindieron los tianguistas, se presume que no existen canales de comunicación claros entre los líderes y los tianguistas, existiendo una idea generalizada de que muchos sólo están allí para lucrar con la necesidad de los comerciantes. Un caso que refuerza esta idea lo comenta un líder de tianguis, respecto a una convocatoria que hizo en el año 2018 un alto funcionario para tener contacto directo con los tianguistas.

⁴³ Sobre el último gobierno electo se procuró no ahondar mucho, dado que existe una reticencia de todos los informantes a tocar el tema del posible tráfico de influencias en la administración actual.

“... ¿sabes lo que siempre han hecho los líderes? pues de años, que siempre jalan intereses económicos para su persona, ahora siempre jalan para su molino, siempre someten al comerciante y siempre le meten miedo. ¿Sabes lo que hicieron? [antes de la reunión] cada quien tuvo su juntita con su gente y cada quien tuvo su plática con su gente y les dijeron que no fueran a la reunión, porque esa reunión era para que firmaran y aceptaran que iban a quitar el tianguis de Atlixco, ... no vayan, tienen prohibido llegar a esa reunión, ustedes llegan y con su presencia los van a tomar en cuenta, los van a apuntar, los van a anotar y al acudir, ... están aceptando que sí [se cierre el tianguis]...” (JC-H-A-G-RO)

Al final, a dicha reunión, que sólo era para que conocieran al funcionario y le externaran de viva voz sus problemáticas más sentidas, sólo llegaron 600 personas, de más de 1,000 proyectadas. No obstante, sí llegaron todos los líderes que evitaron que fuera sus agremiados. El rumor de que cerrarían el tianguis se mantuvo durante meses y provocó manifestaciones que hicieron que dimitiera el funcionario.

En este sentido, de las declaraciones de los informantes, no hay antecedentes de que las organizaciones de comerciantes hayan tenido acercamientos para impulsar acciones que permitan una dignificación general del tianguis. Se presume que esta situación se da por la tradición autoritaria en el sistema política atlixquense, derivado de los cacicazgos políticos ya mencionados en el capítulo anterior. Asimismo, las formas verticales de organización gremial, donde los líderes detentan de forma indefinida el control de los recursos y la agenda de negociación, impiden que la mayoría de los comerciantes tomen conciencia sobre sus potencialidades organizativas y de cambio social.

3. La familia de comerciantes y la autoridad pública

Considerando la política de modernización seguida por los gobiernos nacionales desde el año 1982, los mercados tradicionales y los tianguis han sufrido un estancamiento, que se refleja en un deterioro crónico (Ayús, 1999, p. 69)⁴⁴. Esta situación concuerda con lo referido por los

⁴⁴ El autor también refiere que solo han escapado de dicho olvido y negación los espacios comerciales que han mantenido una tradición relevante y por ende, potencial turístico.

informantes, situando la última remodelación del Mercado Benito Juárez a inicios de los años ochenta.

En la investigación se detectó un reconocimiento por parte de los comerciantes respecto al gobierno, por el simple hecho de permitirles trabajar, y, a la par, un sentido de reciprocidad para con la oportunidad brindada, tal como refiere una vendedora:

“...el municipio le está prestando [un espacio] para que usted, este, ejerza un trabajo lícito; pues yo pienso que hay que agradecer, y una manera de agradecer pues es teniendo mi lugar limpio, lavándolo, recogiendo basura. Me voy a una hora adecuada para no hacer tanta aglomeración...” (CP-M-A-G-RO).

Por parte del ayuntamiento, las opiniones fueron encontradas, ya que algunos funcionarios manifestaron el esfuerzo que hacen los tianguistas para sustentar a sus familias, mientras que otros mencionaron que los tianguistas son egoístas y taimados.

3.1 La mirada desde el Ayuntamiento

En la presente investigación, de forma colateral, se lograron mantener conversaciones informales con diversos actores de la administración pública, desde inspectores de mercados, pasando por administrativos del departamento de mercados y tianguis, hasta funcionarios medios-altos como directores. No obstante, dado que no fue uno de los objetivos de la investigación el estudiar la percepción de estos, sólo se obtuvieron declaraciones de forma casual.

Es preciso referir que el apoyo a los tianguistas por parte de la administración municipal es nulo, mientras que a las grandes empresas de comercio al minorista se les otorgan permisos de forma ágil, a la par de que se les desplaza el comercio ambulante para que no interfiera con las dinámicas imagen de las empresas ⁴⁵

⁴⁵ La familia, como unidad doméstica, es la forma prototípica de la economía popular (Coraggio, 1999, p. 8), por lo que el desconocimiento de este hecho por parte de la autoridad supone una limitante al momento de interactuar con dichos actores.

En teoría existe una reglamentación del comercio ambulante, en donde cada espacio del tianguis es asignado previa petición individual del comerciante, de donde se obtiene un permiso de venta el cual especifica el giro del negocio, los metros que ocupa, la dirección y el nombre del titular (Reglamento del Tianguis, art. 47.). No obstante, los mismos informantes mencionaron que es un hecho conocido que los anteriores administradores de mercados y tianguis, en contubernio con los líderes, permitían la venta de espacios.

El mismo crecimiento del tianguis ha provocado que el ayuntamiento tome determinaciones para regular el comercio ambulante, tal como la creación de otros espacios de venta para mayoristas, como es el caso de la creación de la Plazuela de Santa Rita. Esta idea de reorganizar el tianguis es una idea recurrente entre los informantes, aunque no existe una tendencia respecto de cómo realizar dicha reorganización.

De las entrevistas que se obtuvieron de inspectores y funcionarios menores, estos perciben al tianguis como una forma de organización caótica, donde los comerciantes son personas astutas que sólo velan por sus intereses. Reconocen que hay carencias entre los tianguistas, tanto de cuestiones educativas, como de acceso a servicios de salud, aunque por otro lado los ven como personas que se aprovechan de su condición para obtener ventajas como permisos temporales (HE-H-A-S-BU).

Entre los elementos necesarios para incrementar la capacidad organizativa en los modelos de economía social y solidaria están las donaciones de recursos materiales y de operación, así como servicios de capacitación, asistencia técnica, asesoría y acompañamiento organizacional (Razeto, 2005, p. 984). En este sentido, el Ayuntamiento necesita intervenir como gestor para que actores externos les otorguen dichos elementos a los tianguistas-

3.2 La mirada desde los comerciantes

Existen diversos registros, que van desde etnografías, relatos de turistas, pasando por imaginarios de ficción de prácticamente todas las latitudes y épocas, que dan a los mercados tradicionales como elementos característicos la suciedad y “sus redes de orden dentro del caos

funcional” (Ayús, 1999, p. 65)⁴⁶. Este desorden no es ignorado por los comerciantes, quienes de las entrevistas mencionaron que es un tema que se debe tratar en el ayuntamiento con la debida seriedad, como lo ilustra una comerciante:

“... [es necesario] pintar nuestras fachadas, arreglar las carreteras, los baches que están al pie del cañón, este, más cuidado con la gente, muchos vienen desde lejos y que ya le robaron las llantas, que ya les robaron el estéreo, eso sí nos ha pasado a nosotros también...” (ML-M-A-G-CO)

Cuando se aborda el tema de economía regional y global, es indispensable acudir al papel que desempeñan las grandes empresas, tanto multinacionales como transnacionales, en la transformación del territorio, así como en las prácticas de distribución y comercio (Tassi y Poma, 2020, p. 17). En este contexto, es notorio el papel que mantienen actualmente los supermercados como competencia en la distribución y el comercio para con los tianguistas (Hernández, 2017 p. 167).

Derivado de lo anterior, resulta evidente que los comerciantes ven con malos ojos a estos centros de comercio minorista, debido a que reducen sus ventas y acaparan público que tradicionalmente acudía con ellos ⁴⁷. Tal como refiere un tianguista:

“...han llegado otras [empresas] nacionales aquí en Atlixco. Antes únicamente era el tianguis el único abasto, y los mercados municipales, pero a raíz de que han entrado las empresas nacionales, pues ya ha generado una venta que de alguna manera ya no estará en el tianguis y que se está repartiendo entre las empresas que han llegado de afuera al municipio... porque [estas empresas] tienen estacionamiento, porque nunca cierran, trabajan todos los días, entonces tienen todas las condiciones que nosotros no tenemos, tienen surtido de todo y pues sí son una competencia”. (FR-H-A-G-CO).

⁴⁶ El mismo Ayús refiere que no se debe entender a la suciedad como algo repulsivo, sino más bien, en la tésitura de que “está compuesto de muchos elementos muy diversos, sin guardar orden o conexión entre ellos” (RAE)

⁴⁷ Es importante mencionar cómo las empresas transnacionales tienen el poder para realizar acciones que les permitan una rápida apertura, como es el caso del Aurrerá que abrió en pleno centro histórico de Atlixco, durante la pandemia provocada por el COVID-19; construido en tiempo récord en la ex-fábrica “La Concha”, con el respaldo inmediato del INAH y la autoridad municipal (Región Atlixco, 2020).

Otro rasgo para considerar en las relaciones tianguistas-ayuntamiento, es que en cada periodo electoral surgen acercamientos hacia los tianguistas para que apoyen con su voto a determinados candidatos (Denham, 2021, p. 363). Esta situación fue reconocida por ciertos informantes, no obstante siempre se percibió un hermetismo sobre el tema.

Los tianguistas también refieren que hasta el actuar de la autoridad tiene límites, y que ellos tienen problemas propios que no han podido resolver satisfactoriamente:

“...hasta por unos centímetros, hasta porque me ves feo, hasta porque paso cinco centímetros estamos peleando, y esa es una cuestión que no puede, no hemos podido moderar, nadie, nadie ha podido moderar, ¿Por qué? Porque necesitarían estar todo el día que trabajamos algún inspector, alguna persona como autoridad estar vigilando; y sí lo hacen, sí lo hacen, sí vigilan, sí inspeccionan bien, pero finalmente de repente se mete algo, digo eso ya ni de usted ni de mi depende, simplemente se da...” (CP-M-A-G-RO).

Igualmente, el papel de los inspectores, polémico como pudiera parecer, también es reconocido en cuanto sus dificultades:

“...ser inspector de persona de mercado ha de ser muy muy difícil porque entablar una conversación con la gente es difícil realmente, convencer a la gente es difícil, el trabajo de un inspector de veras es muy agotante, muy agobiante, muy difícil, estar batallando todos los días” (CP-M-A-G-RO).⁴⁸

Para los tianguistas la autoridad municipal sólo apoya con los trámites y permisos para el trabajo en la vía pública, siendo notorio que no hace otra cosa por beneficiarlos. No obstante, los tianguistas no refieren esfuerzos propios para que la situación cambie, dejando la situación en manos de sus líderes.

⁴⁸ Durante el Prácticum se pudo apreciar las complejidades de la labor del inspector: no se recibían capacitación debida sobre el marco legal ni sobre el trato al ciudadano, lo cual hacía que los resultados en el trabajo dependieran mucho del temperamento, habilidad y aprendizaje de cada inspector.

3.3 Apuntes para una mejora administrativa

Los siguientes puntos son sugerencias que se han obtenido de los informantes y que pueden servir como punto de partida para posteriores intervenciones en el tianguis. En primer término, la autoridad debe ampliar su perspectiva al momento de acercarse a los tianguistas bajo el tabú de trabajadores informales y comenzar a entender el proceso que representan como unidades domésticas constitutivas de la economía popular.⁴⁹

Es significativo que las únicas acciones de mejora realizadas por el ayuntamiento respecto de la economía popular han sido hacia el mercado municipal Benito Juárez, y en particular hacia la zona de gastronomía. Esto, derivado de la idea de que se tiene que atender al turismo para promover la derrama económica, promoviendo con ello un modelo de gentrificación que perjudica a los habitantes locales y los locatarios de insumos básicos (Hernández, 2017 p. 182). Se tiene que dejar atrás el turismo-centrismo por la creación de modelos funcionales que permitan detonar las potencialidades vocativas de la región funcional, particularmente el agro.

Hay que reconocer que, hasta el momento, cualquier acción de mejora a través de acciones gubernamentales puede correr el riesgo de funcionar como mecanismo clientelar con fines electorales, o bien como medio de incremento de poder de determinados dirigentes⁵⁰.

Otra problemática que se detecta es la de la inseguridad, misma que es percibida de manera generalizada y adquiere matices insospechados. Tal como refiere uno de los comerciantes, existen familias enteras dedicadas al robo, donde se organizan y participan desde los bisabuelos hasta los nietos. Estas bandas están bien preparadas y eluden el control policial, pues hacen sus actividades de tal modo que no sean atrapadas, por lo que se requiere una real coordinación entre los tianguistas y el ayuntamiento (FR-H-A-G-CO).

⁴⁹ Se requiere entender las contradicciones del funcionamiento de la Economía de Mercado, tales como la competencia y la destrucción de empresas que conlleva, así como el papel de los monopolios y grandes capitales que impiden oportunidades a las empresas nacientes y las vuelven dependientes (Coraggio, 1999, p. 14)

⁵⁰ Coraggio (1999) refiere que estos modelos no entablan como tales en los mecanismos de ejercicio de la Economía Popular, y por tanto deben ser considerados como externos a la misma (p. 13).

Se requiere dimensionar en lo económico, político, social y cultural el papel del tianguis, y hacer un amplio movimiento conformado por líderes tianguistas, partidos políticos, empresarios, universidades y demás actores involucrados, a efecto de crear un plan maestro de reorganización del comercio popular, en aras de explotar de forma correcta el potencial que tiene esta antiquísima y arraigada forma de organización social.

4. Familia, tianguis y región funcional

Una de las problemáticas a que se enfrentan los gobiernos es que sigue permeando en ellos la idea de equiparar desarrollo con crecimiento, manteniendo la tesis de mediados del siglo XX que sostenía que el producto interno bruto per cápita era la medida adecuada para medir el desarrollo. Esta visión resultó ser reduccionista e impidió ver la complejidad del fenómeno (Boisier, 2001, p. 49). Esta situación se mantiene a nivel local y regional, lo que da como resultado que las administraciones se centren en las actividades económicas que muestran mayor dinamismo, como el agro focalizado y el turismo, dejando de lado proyectos de inversión estratégica basada en las vocaciones productivas de la región.

Considerando que los actores de la economía popular construyen circuitos, espacios y procesos económicos regionales, utilizando sus propias estrategias y procesos de expansión, que, aunque subalternos, resultan inéditos para las cifras económicas oficiales (Tassi y Poma, 2020, p. 18), es preciso ahondar en la región funcional y los medios a través de los cuales se insertan las familias de tianguistas.

4.1 Inserción de la familia tianguista en el comercio de la región funcional

La dinámica del tianguista impide que pueda obtener recursos suficientes para subsistir con los días de tianguis que le permite el ayuntamiento, así que buscan otros lugares para completar la venta y obtener el sustento, como lo menciona un tianguista:

“...yo me iba los lunes a Izúcar de Matamos a vender, si, allá yo pagaba 300 pesos el espacio por vender un día y aquí no nos cobran nada y lo están dejando vender, yo por no hacer un descontrol ¿sí? una irregularidad acá me iba de acá, emigraba otro lado a pagar más caro y arriesgar mi vida en camioneta, llevar mercancía al otro lado porque acá no me daban el permiso de vender, ¿sí?, me iba yo a Tlapa Guerrero, Huajuapán, Tulcingo.” (JC-H-A-G-RO)

Cuestiones como la imposibilidad de vender todos los días hacen que se busquen otras rutas para la venta. Los comerciantes de Atlixco refieren que Izúcar de Matamoros era un lugar donde se habituaba a ejercer el comercio, como cuenta un tianguista:

“...los lunes íbamos a rematar a Matamoros, nos daban chance de vender en Matamoros, ahora ya no podemos estar en Matamoros⁵¹, e íbamos, y en Matamoros entraban las personas que venían de los diferentes pueblos, y venían a vender, entonces ahí me compraba más cosas, me compraba calabazas, me compraba cebollas, me compraba sandías, todo lo que es vendible...” (MC-H-A-G-AL)

Como se aprecia, el tianguista no siempre está fijo, sino que acude a otros tianguis y plazas para allegarse de mercancía o bien para vender, como se aprecia en los siguientes casos:

“...ahí iba a San Martín [Texmelucan], a Tepeaca a surtirme, porque a veces también yo vendía mercancía allí” (CP-M-A-G-RO).

También resulta importante mencionar que el comercio tianguista se basa también en un sentido de identidad entre el vendedor y el cliente. Los segundos acuden al primero no sólo por cuestiones de la calidad y precio de la mercancía, sino por el vínculo que comparten, como lo ejemplifica una tianguista que logró rápidamente tener clientela y desplazar a una comerciante establecida, porque la conocían a ella y a su esposo de su anterior actividad campesina:

“...fue en el tiempo que estuvo la señora [antigua comerciante de comida], se fue se fue, porque tenía harta gente bonita, grandota y bien parecida, guapas las muchachas [sus hijas

⁵¹ El informante refiere que aparecieron líderes tianguistas que monopolizaron el comercio, impidiendo a otros comerciantes entrar a la plaza.

que atendían el negocio], pero toda la gente se venía con los paisanos [nosotros]. Como mi esposo había trabajado mucho tiempo en el campo allá y andaba de mediero, andaba trabajando por allá con ellos, mucha gente lo conocía, ahí está *chon* [apodo del esposo], vámonos allá con el *chon*, ahí está el *chon*... Antes [los campesinos] eran bien plagosos, antes eran bien plagosos, ajá. Entonces le decía yo [a mis trabajadoras], las uñas bien lavaditas [para preparar los alimentos] y este, nada de pintadas [como las del negocio del lado], de así exagerado en aquel entonces, nada, aquí se viene a vender, que se va a estar pintando, no conocía uno ni las pinturas y decían [los campesinos], no allá con la *Guicha* [apodo de la comerciante] no se ve nada de eso [de las muchachas blancas y pintadas], vámonos con la *Guicha*..." (ML-M-A-G-CO).

Es relevante comentar que las prácticas como el maquillaje y el pintado de uñas, para la década de los ochenta en las zonas rurales de la región funcional de Atlixco, era escasas o nulas, al grado de verse con malos ojos entre los campesinos. En este sentido, el hecho de que cerrase el negocio de comida, que estaba al costado de la recién llegada tianguista, fue producto de la incompatibilidad cultural entre la antigua vendedora y los clientes habituales.⁵²

Asimismo, tal como los tianguistas se mueven a otras regiones, también vienen de otras zonas al tianguis de Atlixco. Según Salvador Romero, un ex administrador del tianguis, este se integra de siguiente forma:

Puestos de verdura 201, de ropa 188, de frutas 183, frutas y verduras 116, de zapatos 48 y de fantasía o novedades 46 en total. En cuanto al municipio de procedencia, 75 por ciento de ellos son atlixquenses, 15 por ciento de San Juan Tianguismanalco, 8 por ciento de Tochimilco y 6 por ciento de Huaquechula" (Domínguez, 2022).

Estas cifras son aproximadas y no hay un dato oficial público sobre el asunto. De las mismas, se puede apreciar la existencia de la región funcional que adquiere su centro de comercio en el tianguis.

⁵² El sesgo racial es un punto sobre el que debería tratarse más en posteriores investigaciones.

4.2 El tianguis, crisol de la región funcional

La idea de alcanzar mejores niveles de vida es un fenómeno aplicado a las unidades domésticas. Los tianguistas se esfuerzan día a día para lograr allegarse de los recursos que les permitan la subsistencia y el crecimiento personal y familiar, En la búsqueda de la satisfacción de estas necesidades dan vida al tianguis, espacio de sincretismos culturales.

Una característica significativa del tianguis es “la intensidad interaccional, comunicativa y simbólica que caracteriza a los mercados públicos por contraste con los supermercados, se muestra en el hecho de que muchos de estos poseen significativos rituales festivos. asociados a identidades barriales. comunitarias o religiosas” (Ayús, 1999, p. 79). De este modo, el tianguis se yergue como espacio de encuentros interculturales y sociales.

A la par, los propios tianguistas perciben cómo el tianguis es un lugar más adecuado para adquirir los insumos necesarios para la alimentación, debido a la calidad, precio bajo y cercanía, situación que ilustra una comerciante;

“...aquí todavía encuentra los precios más accesibles, eso es una ayuda. Fíjese porque yo, por ejemplo, me llevo mi despensa, mi mandado de acá y encuentro precios más bajos que todavía donde yo vivo, no, entonces usted dirá aunque sea dos pesos, un peso si se ahorra, ¿no? Entonces mucha gente se viene de fuera, por eso viene hasta en carro, han venido hasta de otros lugares, vienen a comprar su cecina por ejemplo, vienen a comprar naranjas, vienen a comprar jitomates que se llevan por cajas, mayoreo o menudeo, como sea. Pero si usted pregunta los kilos, precios de todos estos alimentos básicos, usted va a encontrar una variedad pero de precios bajos, ya se oye a comercial pero si se ve la diferencia, aquí puede encontrar fresco, bueno, barato, que en otros lados, yo me llevo mi despensa de acá, mi fruta de acá y me alcanza para la semana...” (CP-M-A-G-RO).

Un importante rasgo de la economía popular es que sus actores materializan territorios socioeconómicos a través de circuitos mercantiles regionales, redes, organizaciones y códigos, logrando cristalizar centros económicos que pasan desapercibidos por el discurso oficial (Tassi y Poma, 2020, p. 11). Como mencionan los comerciantes:

“Las verduras casi son de áreas cercanas, ya nomas foráneo la fruta que viene de otros estados que tienen clima y las condiciones... (FR-H-A-G-CO).

Es recurrente el reconocimiento de los municipios aledaños a Atlixco como lugar donde se obtienen las verduras y hortalizas que se compran y venden en el tianguis. Sin embargo, es tanta la fuerza de la costumbre que se ignora realmente de dónde vienen exactamente los productos como las lechugas, la calabacita, el nopal, etcétera. La mayoría de los informantes sólo apuntaron a que conocían el origen de productos muy concretos, como el aguacate, el maíz y el amaranto.

Ciertamente, el tianguis también es punto de encuentro de la producción de diversas partes del país. Mucha mercancía no se produce en la región, sino que viene de otros estados, como se puede especificar en los siguientes casos:

Entrevistador: “Los sombreros... ¿usted en donde los compra?”

CP-M-A-G-RO: “Hay veces que vienen de Veracruz, hay veces que vienen de Orizaba, hay veces que vienen de Tabasco, por ejemplo, me los traen, o hay veces que me los traen de México, pero de México trato no hacerlo, eso nomás por relleno.”

Otro tianguista nos permitió comprender las dinámicas del comercio del jitomate, que se produce en determinadas temporadas en la región funcional analizada.

“...entre septiembre hasta fines de... de noviembre, es la temporada que se llama de San Lucas Tulcingo [poblado de Tochimilco]. Toda esa región de San Lucas Tulcingo, siembran jitomate, entonces, los, ora sí que los dueños de las siembras te vienen a ver, como ya saben que vendes tú, te vienen a ver, oye, mira, tengo esto, jitomate, ¿no te interesa?, Entonces, pues ya, si te arreglas y eso, haces negocio...” (MC-H-A-G-AL).

El entrevistado también refirió que por las mismas fechas venden también las personas del estado de Morelos, pero que no les compra porque su mercancía está dañada y engañan colocando la buena arriba de las cajas, para que la gente crea que es buen producto. El mismo tianguista refiere que llega producto de diversas partes del país:

“...noviembre, diciembre y parte de enero, son de Sinaloa, vienen de Sinaloa, después terminan los *sinaloas* y empiezan los *michoacanes*. Es cada tres meses, por etapas, terminan lo *michoacanes* y empiezan los nayarit, los *guanajuatos*, o sea son de diferentes partes donde se produce el jitomate y esas son por temporadas.”

Igualmente, se reconoce a los municipios de Tochimilco y Huaquechula, así como a la localidad de Axocopan, en Atlixco, como productores de aguacate (PD-H-A-S-AB).

Otro rasgo importante del tianguis de Atlixco es que viene mercancía de muchas partes del país a venderse en el mismo, lo que lo presenta como un polo económico regional. Tenemos el caso del chile que llega de Zacatecas, Aguascalientes, Querétaro, Guerrero (PD-H-A-S-AB y JL-M-A-S-AB), el plátano de Tabasco y Chiapas, la naranja de Veracruz y San Luis Potosí (RS-H-A-S-AL).

Asimismo, el tianguis se constituye en un espacio donde tienen cabida las manifestaciones culturales, tal como el festejo de la virgen de Guadalupe, cada 12 de diciembre, como refieren los tianguistas:

“Realizamos la celebración de una misa, se ofrece algún desayuno, una comida, si hay posibilidad pues traer un grupo de música para amenizar el día... ¿no?, pues que se sienta la alegría al menos en ese día...” (FR-H-A-G-CO)

También se tiene referencia del famoso festival Huey Atlixcayotl. No obstante, existen contradicciones en cuanto al sentir de los pobladores por el mismo. Mientras que unos lo aplauden porque llegan muchos turistas y permite valorar las tradiciones, otros lo acusan de ser ajeno a la población, que nunca puede asistir porque los boletos son vendidos a precios elevados.

4.3 Límites y posibilidades del tianguis y la región funcional

El tianguis puede considerarse como una red de unidades domésticas que buscan satisfacer sus necesidades materiales para la existencia y reproducción de la vida social, y a la vez permiten el acceso de bienes indispensables para la subsistencia de otros sectores de la población. A

diferencia de los grandes centros de comercio minorista, donde se da una lógicamente netamente mercantil y empresarial, los tianguis son una forma de organización social colectiva que refleja un profundo arraigo cultural.

Coraggio (1999) refiere que la capacidad que tienen las unidades domésticas, o red de ellas, para mejorar sus condiciones de vida está mediada por diversos factores: el reconocimiento propio de sus capacidades, la valoración social que tienen, el conocimiento y ejercicio de sus derechos, su disposición para realizar acciones coordinadas, el acceso y uso de información relativa al funcionamiento de los mercados, así como la tecnología que les permita dicho manejo (p. 9).

En este sentido, los tianguistas experimentan un sentimiento de abandono por parte de las autoridades, así como la presión que ejerce la discriminación por parte de los estratos clasemedios de la sociedad atlixquense, que los ven como un símbolo de atraso y desorden público. No hay evidencia de que haya habido esfuerzos por parte de la sociedad civil organizada o figuras públicas para lograr organizar proyectos que los beneficien.

De este modo, el tianguis se vuelve eco de una época donde el *marketing* y la imagen no eran formas hegemónicas del comercio (Ayús, 1999, p. 76). De hecho, esta situación es vista también por los comerciantes como un área de mejora.

“... [se requiere] darles una vista diferente a los espacios, una vista que sea más atractiva hacia los clientes y dar una mejor atención eventualmente, una atención humana hacia la gente.” (FR-H-A-G-CO)

A efectos de lograr una real transformación en las condiciones de vida de las unidades domésticas, se requiere pensar en la región funcional como un conjunto complejo sobre el cual construir estructuras socioeconómicas que logren romper la lógica de la acumulación capitalista.⁵³ Por lo tanto, es preciso incrementar nuestra capacidad de análisis respecto de las unidades domésticas y su inserción en el circuito económico donde y por medio del cual satisfacen sus necesidades, no disgregando datos solamente, sino comprendiendo interdisciplinariamente la forma en la cual se comporta (Borsotti, 1981, pp. 185-186).⁵⁴

⁵³ Pensar en la ciudad como polo de desarrollo, y por lo tanto, al tianguis como un eje de la integración socioeconómica regional, implica también pensar en otras formas de economía. El concepto de Economía del Trabajo manejado por Coraggio (1999), resulta útil y necesario, contraponiendo el esquema capitalista de mera acumulación de capital, que ignora las condiciones de las personas (p. 15)

⁵⁴ Estudios antropológicos, sociológicos y de psicología social resultarían fundamentales para ello.

En concordancia con lo anterior, es interesante la idea de una tianguista respecto a la necesidad de realizar un censo del propio tianguis, donde se analice el nivel socioeconómico de los comerciantes, los principales problemas de salud, saber si cuentan con vivienda propia, su escolaridad, así como llevar estadística de los problemas entre los mismos vendedores (CP-M-A-G-RO), todo con la intención de tener información suficiente para tomar las medidas necesarias para el beneficio de los tianguistas.

Una de las historias que más relevancia tienen, fue la de una familia de tianguistas de San Jerónimo Coyula, Atlixco, misma que se dedica primordialmente al campo. Esta familia siembra maíz, frijol, así como calabaza, algunas flores y quelites de temporada. La cuestión radica en que manifiestan que alrededor de 300 familias acuden a vender su mercancía al tianguis de Atlixco, pero cada vez les resulta más difícil la siembra debido al incremento inusitado de los costos del fertilizante. Asimismo, el hecho de que muchos hombres hayan emigrado a Estados Unidos y otras partes de México, ha provocado que sean las mujeres quienes se dediquen a la siembra. No obstante, ellas no pueden acceder a apoyos gubernamentales porque las tierras no son de su propiedad, sino de los hombres que se fueron a trabajar al norte (MT-M-J-S-AL).

Conforme a lo anterior, se puede apreciar que existen ya unidades domésticas que mantienen cierta homogeneidad, lo cual permitiría impulsar programas y proyectos focalizados, en aras de lograr un rápido despunte económico y social de estos grupos. Es importante que el ayuntamiento dirija su atención a ello.

En este sentido, considerando la hegemonía que mantiene el capital en todos los asuntos públicos, se requiere centrar la atención en que *“Los términos de las relaciones domésticas no están impuestos por mecanismos sin sujeto como el mercado, sino por pautas morales de comportamiento, histórica y culturalmente determinadas”* (Coraggio, 1999, p. 7). Por lo que promover el desarrollo de las familias tianguistas no es una mera medida económica, sino que trasciende a cuestiones de una innegable mejora social.

Conclusiones del capítulo III

La ausencia de solidaridad gremial es una limitante fuerte al momento de pensar en tentativas formas de economía social y solidaria, toda vez que, como bien refiere Razeto (2005), es un elemento constituyente para lograr mayor crecimiento, integración y coordinación (p. 982). Si bien la solidaridad se detectó en actos particulares, no trascendió como elemento que fuera norma general entre los tianguistas.

Por cuanto hace papel de las mujeres tianguistas en las dinámicas familiares, se comprobó que tienen un doble rol derivado de la división sexual del trabajo, en tanto que además de realizar las labores domésticas, también tienen que desempeñar las actividades productivas que permitan el sustento familiar (Román, 2014, p. 124). Sin embargo, también se apreció que los hombres jóvenes participan cada vez más en las actividades del hogar, sobre todo en la crianza de los hijos.

Las unidades domésticas tianguistas analizadas no se constituyen en grandes empresas, pero logran desarrollar la capacidad de “articular diferentes territorios, generando circuitos, normas de operación, modalidades de control del espacio ancladas en las posibilidades y limitaciones que el territorio permite” (Tassi y Poma, 2020, p. 31). Tal es el caso de las redes de comercio dentro de la región funcional, así como con otras entidades federativas.

Aunque oficialmente no se reconoce, los tianguis son una alternativa en contra del desempleo y la inequidad provocada por la crisis económica persistente en el país, permitiendo a una cantidad considerable de familias allegarse de los recursos necesarios para la subsistencia (Denham, 2021, p. 365). Esta situación fue más que evidente en la región investigada, toda vez que los propios comerciantes hicieron visible dicha situación a través de sus historias de vida.

Respecto a los factores que pueden permitir un incremento en las capacidades organizativas y de identidad de los tianguistas, tenemos las que refiere Razeto (2005): a) existencia de precariedad económica y necesidad de trabajo; b) presencia previa de organizaciones; c) intervención de actores externos orientados a promover la capacitación y apoyo organizativo; y d) motivaciones ideológicas que tiendan a la solidaridad. De esto podemos rescatar la importancia de promover la intervención de actores externos que permitan el desarrollo y creación de proyectos que beneficien a los tianguistas, dado que ya se tiene la precariedad económica como elemento

percibido por la totalidad de los informantes. Asimismo, ya existen organizaciones de comerciantes y sobre todo, de las entrevistas no se pudo hallar evidencia que muestre la intervención de organizaciones externas para apoyo.

Se detectó que la importancia económica del tianguis era mayor en décadas pasadas, pero que la aparición de otros actores mercantiles, como la central de abasto de Cuautla y el mercado de Izúcar de Matamoros, provocó un considerable descenso de las ventas. No obstante, se logró caracterizar la relevancia del tianguis como centro de distribución de la región funcional por cuanto hace a productos locales como verduras y legumbres, y productos externos como frutas.

No obstante que el tianguis mueve capitales considerables, lo cierto es que no existen fondos conjuntos de los propios comerciantes que permitan hacer mejoras o renovaciones al lugar⁵⁵. Los recursos que asigna el ayuntamiento a los mismos son escasos y se reducen al pago de inspectores y administradores. La gestión de fondos federales y estatales, así como de cooperación internacional para el desarrollo, para impulsar proyectos estratégicos en el tianguis es una tarea urgente por parte de la administración municipal, por lo que es un área de oportunidad para los investigadores especialistas en el desarrollo regional.

⁵⁵ Ayús (1999) hace un interesante análisis de cómo los supermercados pueden establecer un orden estético por temporada para seducir y atraer al consumidor, lo que implica inversiones cuantiosas en tanto tiene que ver con renovación de inventario, sistematización del mismo, uso de tecnología para eficientizar la venta, así como la contratación y capacitación de personal (pp. 75-76)

REFLEXIONES FINALES

El tianguis como forma de organización socioeconómica, aunque tiene antecedentes desde la época mesoamericana, realmente tiene sus orígenes como lo conocemos en la época colonial. En este sentido, tal como nuestras sociedades actuales, es producto de la mezcla entre tradiciones indígenas e hispánicas, dando lugar a un sincretismo cultural el cual refleja la diversidad social de una región, a la par de los hábitos de consumo propios de la misma.

En este sentido, el tianguis permanecido a través de los tiempos, aunque se ha incrementado su extensión y uso a lo largo y ancho del país, dando lugar a la aparición constante creación de nuevos espacios. Esto derivado de la crisis que experimenta nuestra nación desde la implementación del modelo capitalista neoliberal en la década de 1980, la cual ha provocado la ausencia generalizada de trabajos formales. Esta crisis continua ha hecho que se planteen desde la academia, así como el sector público y social, diversas alternativas socioeconómicas.

Durante el trabajo se ha buscado explicitar las referidas alternativas, partiendo desde un hecho cotidiano como el consumo y sus implicaciones éticas, hasta aquellos sistemas económicos que promueven e implementan relaciones económicas ampliadas, es decir, ligadas a factores sociales, culturales y ambientales. Con esto se tiene como objetivo orientar el sistema hacia la persona y no hacia el capital.

Conforme a lo anterior, se ahonda en el papel que tienen actualmente las propuestas de la economía social y solidaria, particularmente en cómo sus sujetos crean circuitos económicos regionales donde permean lógicas no estrictamente monetaristas, sino basadas esencialmente en la reproducción social. Como parte de la investigación se ha caracterizado al tianguis como una expresión de la economía popular, a través de la cual precisamente tienen lugar los diversos intercambios económicos de una región funcional, la cual es dada por las prácticas de los sujetos que intervienen y no por mandato gubernamental o del capital. En este sentido, el tianguis es una forma de organización que es un fenómeno social no orquestado, sino vivo; fiel reflejo de las circunstancias y contradicciones particulares de una época.

Así, para poder comprender las lógicas subyacentes del tianguis, nos adentramos en la unidad socioeconómica que lo compone: el grupo doméstico. Por ende, visibilizamos el carácter

dual que sostienen las familias de comerciantes tianguistas, en tanto no solo se instituyen como el medio idóneo de reproducción social ampliada del ser humano, sino que convierten a la vez en una forma de organización socioeconómica, la cual no opera con la lógica del capital. Por lo tanto sus fines, formas de organización, relación con otros comerciantes y la autoridad, adquieren matices distintivos enfocados en la satisfacción ampliada de necesidades, es decir, no solo subsistir, sino mejorar sus condiciones de vida.

Conforme a lo anterior, se ha caracterizado sucintamente a la región funcional de Atlixco desde sus rasgos sociales, culturales, económicos, políticos y ambientales, centrándonos en el aspecto histórico en la cabecera, Atlixco, ante la falta de bibliografía de los demás municipios integrantes. De la revisión bibliográfica en diversos repositorios virtuales, se ha detectado que las investigaciones sobre la región se han centrado precisamente en la cabecera, dejando de lado los demás municipios integrantes.

Al momento de investigar sobre la región funcional, nos hemos encontrado con una extensa investigación sobre el desarrollo industrial textil de Atlixco, desde su aparición a mediados del siglo XIX hasta su declive, en la década de 1970. Igualmente, los estudios se han centrado en su polémico sistema político autoritario, el cual descansó sobre el férreo control social y económico del sindicato CROM y sus líderes. Fue particularmente impactante y causa de profunda zozobra el conocer la brutalidad e impunidad con la cual actuó dicho sindicato, que más que una organización de defensa de derechos laborales, se comportó como un grupo de delincuencia organizada bajo el auspicio del gobierno estatal⁵⁶.

Por cuanto hace al estudio de los municipios integrantes de la región, se pudo corroborar la creciente bibliografía respecto del cultivo de amaranto en el municipio de Tochimilco, lo cual no es de extrañar, considerando que allí se produce la mitad de toda la producción nacional de dicha semilla. No obstante, también se pudo apreciar el escaso interés gubernamental para aprovechar la vocación productiva de este municipio y permitirle pasar de ser un mero productor de materia prima para constituirse en transformador y comercializador. Lamentablemente los principales beneficiarios de este éxito local endógeno son los acaparadores e intermediarios, por lo que nuestra

⁵⁶ Sin duda es preciso ahondar en la difusión de este sombrío periodo para restitución de las víctimas y el reconocimiento del derecho a la verdad y la memoria.

apuesta se halla en poder difundir la situación a efecto de que se puedan crear las condiciones para incrementar las investigaciones y propuestas de mejora⁵⁷.

Otro aspecto que se considera relevante es la asombrosa vocación agrícola, maderera y piscícola que tiene la región funcional, dado su vasto potencial hídrico proveniente de los afluentes del volcán Popocatepetl. El hecho de que más del 70 por ciento del agua que se consume proviene de esta región, debe hacernos visibilizar de forma más creciente su importancia y la urgencia del rescate y preservación de sus recursos. Las potencialidades de desarrollo local sustentable derivadas de su considerable patrimonio natural, son un elemento fundamental a considerar.

Respecto del tianguis y las familias de comerciantes que lo integran, la investigación obtuvo resultados relevantes a ser considerados para posteriores estudios. En primer término, se logró vislumbrar la riqueza de situaciones por las cuales las personas llegan a ser comerciantes, siendo las más recurrentes la tradición familiar y la necesidad ante la pérdida del empleo previo. También se pudo comprobar las dificultades que experimentan los comerciantes, sobre todo por cuanto hace a la falta de seguridad social, por lo que las redes sociales familiares se vuelven un componente trascendente para lograr la recuperación en caso de enfermedad. De hecho, emergencias médicas graves son una de las causas de mayor desgracia entre los comerciantes, pues puede constituir la pérdida de todo o gran parte de su patrimonio.

Uno de los aspectos más interesantes es que entre las familias de comerciantes existe una alta estima moral por el valor del trabajo, mismo que se inculca a sus miembros desde temprana edad, por lo que la idea de que las cosas tienen que ganarse mediante el esfuerzo es ampliamente reconocida. Asimismo, los comerciantes refieren que no pretenden en ningún momento que el gobierno les regale algo, sino que les permita poder trabajar sin interferencias. No obstante, es relevante mencionar que al carecer de formación empresarial, las prácticas mercantiles se dan de forma empírica, por lo que en caso de que existan malas prácticas, estas no son reconocidas como tales por los comerciantes. Por lo anterior, la formación empresarial es un área de oportunidad importante a considerar para el caso de apoyos.

Una de las mayores limitantes observadas entre los tianguistas es que no tienen acceso a medios de crédito para mejorar sus negocios, como tampoco para poder salvaguardar sus ahorros

⁵⁷ El autor se cuestiona sobre el caso de las repúblicas llamadas “bananeras” de inicios del siglo XX en Centro América y Caribe, modelo de monocultivo basado en la explotación de los pueblos y el beneficio de pocas empresas.

en instituciones financieras. Esto provoca que la mayoría viva con una relativa estabilidad en el día a día, pero que a largo plazo representa un serio obstáculo para cuando lleguen a avanzada edad. De este modo, llegado el momento de no poder seguir laborando, se vuelven dependientes de sus hijos.

En lo referente a las relaciones entre tianguistas, estas tienden mayoritariamente al conflicto. Este se da en formas variadas, pero en general tiene que ver con la animadversión que general la competencia con otros comerciantes, las envidias que surgen cuando a un comerciante le va mejor o bien, por el mero estrés cotidiano de permanecer muchas horas en un mismo lugar. También es cierto que existen nexos de solidaridad y apoyo mutuo, pero estos actos son minoritarios y no reflejan una tendencia. Esta situación dificulta la creación de una identidad colectiva, lo que disminuye su capacidad de organización para lograr mejoras colectivas.

Relativo a las relaciones de los tianguistas con el ayuntamiento, que es la autoridad que regula el tianguis, estas fueron mayoritarias en un sentido: El ayuntamiento no ha ofrecido ni ofrece ningún tipo de apoyo a los comerciantes, siendo inclusive visto como un estorbo a sus actividades. No obstante, resulta evidente que el gobierno local puede constituirse como un importante promotor del desarrollo local, por lo que mayor investigación y difusión de la importancia del tianguis como sujeto colectivo de la economía popular, podría permitir conocer las mejores oportunidades de intervención.

Tocando el tema de las relaciones existentes entre las organizaciones de comerciantes, las declaraciones de los entrevistados verifican que son prácticamente nulas, por lo que el potencial social que tienen estas organizaciones para promover proyectos conjuntos se vuelve bastante limitado. Referente a la perspectiva que tienen los tianguistas de sus organizaciones, las opiniones no son unívocas, sino que se plantean en dos sentidos principales. Por un lado, están aquellos que agradecen a su organización por haberles permitido tener un lugar para poder tener un medio de sustento, y por el otro lado, están quienes refieren que los líderes son personas astutas que abusan de sus agremiados por su ignorancia, beneficiándose solamente ellos. Lo cierto es que se requieren de estudios más profundos para caracterizar de mejor manera la complejidad de dichas organizaciones.

Respecto al papel del ayuntamiento para con el tianguis, los recursos que asigna a los mismos es escaso y se reduce al pago de inspectores y administradores, es decir, no se contempla

un retorno de parte de las aportaciones para mejora del tianguis. En este sentido, la gestión de fondos federales y estatales, así como de cooperación internacional para el desarrollo, para impulsar proyectos estratégicos en el tianguis es una tarea urgente por parte de la administración municipal, por lo que es un área de oportunidad para los investigadores especialistas en el desarrollo regional.

Como parte central de la región funcional, el tianguis se vuelve el lugar principal donde los productores de los municipios periféricos venden su mercancía, siendo ésta en general verduras, legumbres y flores, mientras que las frutas y abarrotes provienen de otros estados. Es interesante hacer notar que no existe un registro de proveedores para los tianguistas, sino que cada uno conforme a la práctica y experiencia va buscando los suyos.

En conclusión, los datos que ha arrojado la presente investigación de las familias tianguistas de Atlixco, permiten caracterizar de manera exploratoria los rasgos económicos, sociales y culturales de las mismas, así como sus relaciones con otros tianguistas, sus propios gremios y las autoridades públicas, con lo que se pueden vislumbrar sus principales potencialidades y limitantes. Asimismo, se ha buscado con esta investigación darle un reconocimiento a estos actores de la economía popular, que cumplen día a día una actividad indispensable para la satisfacción de las necesidades básicas de un sin número de personas de toda una región.

REFERENCIAS

- Águila, M. y Bortz, J. (2012). The Rise of Gangsterism and Charrismo: Labor Violence and the Postrevolutionary Mexican State. En W. G. Pansters (ed.) *Violence, Coercion, and State-Making in Twentieth-Century Mexico* (pp. 185–211). Stanford University Press.
- Alonso, L. (2017). Consumo colaborativo: las razones de un debate. *Revista Española de Sociología*, 26(1), 87-95.
- Andrade, F. (2010). Comercio justo o economía solidaria. *Afese*, (49), 103-118.
- Ávila, J. (2012). Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual. Corporación Universitaria Reformada.
- Ayala, S. y Castillo, V. (2014) La distribución de alimentos y bebidas en México: una perspectiva desde el comercio tradicional. *Espacio Abierto*, 23(4), 661-681.
- Ayús, Ramfis (1999). Mercados y supermercados: economías y culturas, ensayo de comprensión cultural de la economía cotidiana. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. 5(9), 59-87.
- Barbosa, M. (1988). El ciclo industrial de Atlixco. *Simposium Internacional de Investigación "Atlixco en su Entorno": memorias*. Gobierno del Estado de Puebla; H. Ayuntamiento de Atlixco; Centro Regional de Puebla, INAH, SEP: Fundación Fuad Abed Halabi.
- Bartra, R. (1975) La teoría del valor y la economía campesina: invitación a la lectura de Chayanov. *Comercio Exterior*, 25(5), 517-524.
- Boisier, S. (2001). Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? En A. Vásquez y O. Madoery (Comps.), *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local* (pp. 48-74). Homo Sapiens.
- Borsotti, C. (1978). Notas sobre la familia como unidad socioeconómica. *Cuadernos de la CEPAL. Santiago de Chile*. CEPAL/ILPES
- Borsotti, C. (1981). La organización social de la reproducción de los agentes sociales, las unidades familiares y sus estrategias. *Demografía y economía*, 15(2), 164-189.

- Busby, M. y Haizlett, C. (4 de febrero de 2022). Túmin: la moneda que desafía al capitalismo en México. Recuperado el día 22 de noviembre de 2022 de <https://www.opendemocracy.net/es/democraciaabierta-es/tumin-moneda-desafia-capitalismo-mexico/>
- Caracciolo, M. (2017). Los procesos de acumulación solidaria en un contexto neoliberal. En M. Caracciolo (coord.) *Economía social y solidaria en un contexto neoliberal: algunos retos y perspectivas*, (pp. 6-19). Universidad Nacional de San Martín.
- Carrero, G. (2018) Mercados sociales: Un instrumento para la regeneración del tejido productivo en el marco de un proyecto transformador de la Economía. *Dossieres EsF*, (31), 42-46.
- Castellanos, M. (2020). El paisaje del agua como vertebrador del patrimonio industrial en el Valle de Atlixco, Puebla. En A., Navarrete y M., Castellanos, (coords). *Paisajes patrimoniales. Resiliencia, resistencia y metrópoli en América Latina*, (pp154-179). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Castro, A., Cruz, J., y Vargas, J. (2018) El comercio justo como alternativa de comercialización. En A., Castro, J., Nabor, y J., Vargas (coords). *Modelo económico justo y solidario*. (pp.173-188). Editorial UTMACH,
- Ceccon, B. y Ceccon, E. (2010), La red del Comercio Justo y sus principales actores, *Boletín del Instituto de Geografía UNAM*. (71), 88-101.
- Cervantes, F. (1999). Crisis agrícola y guerra de Independencia en el entorno de Puebla. el caso de San Martín y sus cercanías, 1800 – 1820. *Estudios de historia novohispana*, (20), 107-133.
- Chong, E., Herrera, F., Chávez, C., y Sánchez, F.. (2015). Mercado de trabajo rural y precarización: nuevas condiciones socioeconómicas en el sur del Estado de México. *Región y sociedad*, 27(63), 155-179.
- Comisión Nacional del Agua. (2020) Actualización de la disponibilidad media anual de agua en el acuífero Atlixco-Izúcar de Matamoros, Estado de Puebla.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, art.4. 5 de febrero de 1917 (México).

- Contreras, C. (1988). Arqueología industrial en el valle de Atlixco. En J. Vázquez Benítez (Comp.). *Simposium Internacional de Investigación "Atlixco en su Entorno": memorias*. Gobierno del Estado de Puebla; H. Ayuntamiento de Atlixco; Centro Regional de Puebla, INAH, SEP: Fundación Fuad Abed Halabi.
- Coraggio, J. (1994). *Economía urbana; la perspectiva popular*. Instituto Frónesis.
- Coraggio, J. (1999). Una perspectiva alternativa para la economía social: de la economía popular a la economía del trabajo Política social y economía del trabajo. En J. Coraggio (Ed.) *Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*. UNGS/Miño y Dávila Editores.
- Coraggio, J. (9-10 de junio de 2005). Desarrollo regional, espacio local y economía social. *Seminario Internacional "Las regiones del Siglo XXI. Entre la globalización y la democracia local"*, Instituto Mora, México.
- Coraggio, J. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Cordero, B. (2004) Viviendo En El Capitalismo Global: La Organización de la sobrevivencia transnacional entre Huaquechula y Nueva York, *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 29(57-58), 117-146.
- Corona, A., Jaramillo, J., Manzo, F., y Cervantes, J. (2019). Percepción, opinión y actitud de los productores de amaranto en torno a procesos de agregación de valor en el municipio de Tochimilco, Puebla. *Estudios Sociales, Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*. 29(4), 3-26.
- Corrons, A. (2017) Monedas complementarias: dinero con valores. *Revista Internacional de Organizaciones*, (18), 109–134.
- Crespo, B. y Fernando, S. (2014) Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación social*, (174), 95-116
- Cuevas, H. (2000) La teoría económica, el afecto y la familia. *Revista de Economía Institucional*, 2(2), 13-36.

- De Melo, A., (2004). Mercado solidario. En A. Cattani (comp.), *La otra economía* (pp. 293-306). Editorial Altamira.
- Delgadillo, V. (2016). La disputa por los mercados de La Merced. *Alteridades*, 26(51), 57-69
- Denham, D. (2021) El tianguis en la era del supermercado. En S. Moctezuma y D. Sandoval (Comps). *Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas* (pp. 347-370). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Domínguez, M. (3 de mayo de 2022). El tianguis de Atlixco: entre más de 2 mil 600 vendedores, 23 organizaciones controlándolo y 30 calles generadoras de economía y problemas. La Jornada. Consultado el día 10 de diciembre de 2022 en <https://www.lajornadadeoriente.com.mx/puebla/tianguis-atlixco-comerciantes/>
- Fernand, B. (1984). *Civilización material, economía y capitalismo, siglos XV-XVIII. tomo II. Los juegos del intercambio*. Alianza editorial.
- Fonteneau, B., Neamtan, N., Pereira, L., De Poorter, M., Borzaga, C., Galera, G., Fox, T. y Ojong, N. (2011) *Economía social y solidaria: nuestro camino común hacia el Trabajo Decente. Cuaderno de trabajo*. Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo
- García, A. y Casado, E. (2007) La práctica de la observación participante. Sentidos situados y prácticas institucionales en el caso de la violencia de género. En Á. Gordo y A. Serrano (Coords.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 47-74). Pearson – Prentice Hall.
- García, A. (2017) El municipio de Atlixco en la posrevolución: violencia intergremial y memoria de los “unificados”. En V. Pérez (ed.) *Memorias (no) vividas* (144 – 162). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Universidad Estatal Pedagógica de Berdyansk.
- García, A. y Tecanhuey, A. (2017). Corporativismo sindical en Atlixco: aproximación a las ideas de disciplinamiento y obediencia política. *Ulúa*, (30), 11-36.
- Gendreau, M. e Ibarra, M. (2000). Atlixco: proceso migratorio e identidad regional. *Magistralis*, (18), 219-246.

- Giménez, G. y Gendreau, M. (2001) Efectos de la globalización económica y cultural sobre las comunidades campesinas tradicionales del centro de México. *Sociales. Revista Mexicana de Sociología*, 63(4), 111-140.
- Gisbert, J. (2014). Los Sistemas LETS: Concepto e Historia. *Dossieres EsF*, (12), 11-14.
- González, R. Los circuitos económicos solidarios como noción referencial. *Revista economía*, 72(116), 29–43.
- Gutiérrez, C. (2000). *Experiencias contrastadas: industrialización y conflictos en los textiles del centro-oriente de México, 1884-1917*. El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Hernández, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (83), 165-186.
- Heynig, K. (1982). Principales enfoques sobre la economía campesina. *Revista de la CEPAL*, (16), 115-142.
- Hubert, L. (2014). Consumo ético, consumo saludable: ¿Existe un nuevo consumidor en América Latina? En *Memoria del Seminario sobre circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición* (pp. 57 – 62). CEPAL/ OMS/ OPS/ FAO
- Huerta, J., Lechuga, R. y Soloaga, I. (2014). Restricciones y trampas al crecimiento territorial: los municipios de Santa Isabel Cholula y de Tianguismanalco en el estado de Puebla, México. *Serie Documentos de Trabajo*, (135),
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2000). *Censo General de Población y Vivienda, 1990*.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2010). *Censo General de Población y Vivienda, 2010*.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2010). *Censo General de Población y Vivienda, 2020*.

- Instituto Electoral del Estado (2022), Distritación Electoral. Recuperado de <https://www.ieepuebla.org.mx/index.php?Categoria=planos>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). *Medición de la informalidad*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/pibmed/>
- Lara, S. (1996). Mercado de trabajo rural y organización laboral en el campo mexicano. En H. C. de Gramont (Ed.). *Neoliberalismo y organización social en el campo mexicano* (69-112). Universidad Nacional Autónoma de México, Plaza y Valdés.
- Levi de López, S. (1975). La ciudad de Atlixco, Puebla, su desarrollo y actividades y la región rural de Atlixco. *Investigaciones geográficas*, (7), 7-30. Recuperado el 27 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46111975000200001&lng=es&tlng=es
- Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Puebla, Periódico Oficial del Estado, 8 de noviembre de 2021.
- Lira, L. (2003) La cuestión regional y local en América Latina. *Serie Gestión Pública* (44) 1-20.
- Lopera, L. y Mora, S. (2009). Los circuitos económicos solidarios, espacio de relaciones y consensos. *Semestre Económico*, 12(25), 81-93.
- Macías, S., Angoa, I. y Morales, E. (2017). El bienestar en el tobogán. El desarrollo socioeconómico en dos regiones del estado de Puebla, México: Mixteca y Atlixco-Matamoros. *AREAS, Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (36), 41–53. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/areas/article/view/308041>
- Mance, A. (1999). La Colaboración Solidaria como una Alternativa a la Globalización Capitalista, recuperado de <https://base.socioeco.org/docs/colaboracionsolidaria.pdf>
- Mance, A. (2020). Circuitos económicos del capital y Circuitos económicos solidarios. *Revista economía*, 72(116), 13–27.
- Manet, L. (2013). Modelos de desarrollo regional: teorías y factores determinantes. *Noésis, revista de ciencias sociales y humanidades*, 23(46), 18-56.

- Mariña, A. (2012). La crisis mexicana de 2008-2010 en perspectiva histórica y en el contexto de la crisis mundial. En García, M. (Coord.) *Estudios sobre México en la crisis mundial: escenario nacional tras dos décadas de apertura y desregulación* (pp. 27-61). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Max-Neef, M, Elizalde, A. y; Hopenhayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro*. Biblioteca CF+F.
- Miño Manuel (2010). Las ciudades novohispanas y su función económica, siglos XVI-XVIII. En Sandra Kuntz (Ed.) *Historia económica general de México: de la colonia a nuestros días* (143-170). El Colegio de México, Secretaría de Economía, México.
- Moctezuma, S. (2021) Repensando los aportes del estudio del sistema de tianguis y mercados. En S. Moctezuma y D. Sandoval (Comps) *Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas* (pp. 21-30). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Montenegro, M, y Pujol, J. (2008). Derivaciones y Actuaciones. Aproximaciones metodológicas. En Á. J. Gordo y A. Serrano (Coords.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (75-96). Pearson – Prentice Hall.
- Montoya, M. (2017). Los hogares en la crisis: trabajo y condiciones de vida en México, 2008-2010. UNAM-CEPAL.
- Morales, L. (2011), La lucha de los notables. Puebla en la guerra por la Independencia de la Nueva España. En E. Márquez, R. de J. Araujo y M. del R. Ortiz (coords.) *Estado-Nación en México: Independencia y Revolución* (51-80). Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Moreno, S., y Colorado, P. (1997) Economía popular y circuitos económicos. *REVISTA CONTROVERSIA*, (171), 72-82.
- Nubia, B. (2016). El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 4(1), 29-34.
- Obregón, G (1981). *Atlixco, la Ciudad y sus monumentos*. Instituto Nacional de Antropología e Historia.

- Ortega, L., Pérez, B., Waliszewski, S., Gómez, S., Baños, M., Terán, M., Castro, G. y Martínez, M. (2018). Daño genético y citotóxico provocado por plaguicidas en jornaleros que laboran en invernaderos en Atlixco, Puebla, México. *Revista internacional de contaminación ambiental*. 35 (2) 271-279.
- Ortega, P., y Mínguez, R. (2003). Familia y transmisión de valores. Teoría De La Educación. *Revista Interuniversitaria*, 15, 33-56.
- Ortiz, K., Sánchez, M. y; Muño, G. (2017). Las alternativas solidarias a los mercados capitalistas. En G. Díaz (coord.). *Alternativas solidarias a los mercados capitalistas. Otros mercados son posibles. Hacia un Estado de la cuestión* (97-110). ITESO.
- Paré, L. (1975). Tianguis y economía capitalista. *Nueva Antropología*, 1(2), 85-93.
- Pérez-Winter, C. La economía familiar: una discusión sobre modelos. *Raíces*, 34(1), 147-160.
- Perona, N. y Schiavoni, L. (2017). Estrategias familiares de reproducción social. En J. Piovani y A. Salvia (coords.). *La Argentina en el siglo XXI* (pp. 467-496). Siglo XXI.
- Ayuntamiento de municipio de Atlixco. (2008). Plan municipal de desarrollo de Atlixco 2008 – 2011.
- Ayuntamiento de municipio de Atlixco. (2011). Plan municipal de desarrollo de Atlixco 2011 – 2014.
- Ayuntamiento de municipio de Atlixco. (2014). Plan municipal de desarrollo de Atlixco 2014 – 2018.
- Ayuntamiento de municipio de Atlixco. (2018). Plan municipal de desarrollo de Atlixco 2018 – 2021.
- Polanyi, K. (2007). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Quipu editorial.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2009). Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos, Atlixco, Puebla.
- Pujadas, J. (1992). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Centro de investigaciones sociológicas.

- Razeto, L. (2005). El concepto de solidaridad. *Pensamiento Crítico Latinoamericano. Conceptos Fundamentales*, 3, 971-985.
- Región Atlixco (30 de abril de 2020). Bodega Aurrera la Concha abrió en Atlixco. Consultado el día 9 de diciembre de 2022 en: <https://regionatlixco.com/atlixco/1231-bodega-aurrera-la-concha-abrio-en-atlixco>
- Reglamento de Mercados, Tianguis, Centrales de Abasto o de Acopio y Comercio en Vía Pública, del Municipio de Atlixco, Puebla (8 de marzo de 2016). Periódico oficial del Estado, 14 de julio de 2016.
- Reyes, R., Tapia, R., y Galindo, E. (2013). Conservación del Paisaje Rural de la Región Atlimeyaya-Metepec del Municipio de Atlixco. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. (10). Obtenido de <https://11.ride.org.mx/index.php/RIDASECUNDARIO/article/view/592/579>
- Robles, J. (2010) Pequeños comerciantes: mediadores urbanos. *Revista Chilena de Antropología Visual*, (15), 164-190. Obtenido de http://www.rchav.cl/imagenes15/imprimir/robles_imp.pdf
- Rodríguez, A. (2014). *Cacicazgo obrero en Atlixco, 1940 – 1970* [Tesis de licenciatura en Historia, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla].
- Román, P. (2014). La dinámica familiar en relación con el mercado laboral. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 1(1) 117-132
- Sabourin, E. (2018). Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad. *THEOMAI Journal / Critical Studies about Society and Development*, (38), 150-167.
- Sánchez, M. (1966). El combate en Atlixco del 4 de mayo de 1862. *Historia Mexicana*, 16(2), 184-192.
- Sánchez, R. (1988). Los avatares de un núcleo urbano colonia. *Simposium Internacional de Investigación "Atlixco en su Entorno": memorias*. Gobierno del Estado de Puebla; H. Ayuntamiento de Atlixco; Centro Regional de Puebla, INAH, SEP: Fundación Fuad Abed Halabi.

- Sandoval, D. (2021). Más allá de los tianguis y mercados en México. En S. Moctezuma y D. Sandoval (Comps) *Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas* (371-382). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Santamaría, A. (2014). *Entre conejos y alegrías: proceso productivo y valoración del amaranto en Tochimilco*. [Tesis de maestría en Ciencias. Colegio de Postgraduados Puebla].
- Sanz, A. (2005). El método biográfico en investigación social: potencialidades y limitaciones de las fuentes orales y los documentos personales. *Asclepio* 57(1), 99-115.
- Secretaría de Agricultura de México. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. *Anuario Estadístico de la Producción Agrícola*. Consultado el 27 de noviembre de 2022 en <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>
- Gómez, S., Muñoz A., Isla de Bauer, M., e Infante, S. (2002). Contaminación ambiental en la región de Atlixco: 1. Agua. *Terra Latinoamericana*, 20(3), 243-251.
- Silva, G. (2013). *Circuitos económicos solidarios y puesta en valor del patrimonio*. UPS.
- Silva, H. (1974). *Atlixco en la macrohistoria*. Ediciones del Ayuntamiento Municipal.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. *Sistema de Información Geográfica de Pobreza*. Consultado el 28 de noviembre de 2022 en <https://municipal-coneval.hub.arcgis.com/>
- . Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Sistema Nacional de Información Municipal. Consultado del 23 de noviembre de 2022 en <http://www.snim.rami.gob.mx/>
- Socías, A, y Doblas, N (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (51), 7-24.
- Swedberg, R. (2005). Markets in Society. En N. J. Smelser y R. Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology* (233-253). Princeton University Press.
- Tassi, N. y Poma, W. (2020). Los caminos de la economía popular: circuitos económicos populares y reconfiguraciones regionales. *Temas Sociales*, (47), 10-35.

Valdivia, C. (2008). La familia: concepto, cambios y nuevos modelos. *La Revue du REDIF*, 1, 15-22.

Valencia, S. (2017). *El Municipio Mexicano: génesis, evolución y perspectivas contemporáneas*. Secretaría de Cultura, Secretaría de Gobernación, INERHM, IJJUNAM.

Villegas, P. Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: Lugar de intercambio y predicación (siglo XVI) *Estudios Mesoamericanos Nueva época*, 8, enero-junio 2010, pp. 93-101.

Wallerstein, I. (2005). *Análisis del Sistemas Mundo: una introducción*. Siglo XXI Editores.

World Fair Trade Organization. Recuperado el 18 de abril de 2022 de <https://wfto.com/who-we-are>



Oficio No. SIEP – MDECI/080/2023
Asunto: **Autorización de impresión**

Lic. Mariano Barrales Cruz
Maestría en Desarrollo Económico y
Cooperación Internacional
PRESENTE.

Por este conducto reciba un cordial saludo, asimismo y de la manera más atenta hago de su conocimiento que se autoriza la impresión de su trabajo de TESIS titulado:

**“LA FAMILIA DE COMERCIANTES COMO FORMA DE ECONOMÍA POPULAR EN EL
TIANGUIS DE ATLIXCO, PUEBLA, PERIODO 1994-2020”**

Toda vez que ha presentado la liberación del asesor de Tesis y la comisión revisora se ha pronunciado en el mismo sentido.

Sin más por el momento, quedo de Usted.

Atentamente

"Pensar bien, para vivir mejor"

H. Puebla de Z, 20 de abril de 2023


Dr. Alberto Castañón Herrera
Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado



c.c.p.- Archivo
D'ACH/cmtp*



Asunto: **Término de
Dirección**

**Dr. José de Jesús Rivera de la Rosa
Coordinador de la Maestría en Desarrollo
Económico y Cooperación Internacional
P R E S E N T E**

*Me permito comunicarle que he cubierto la asesoría de la TESIS de Maestría en
Desarrollo Económico y Cooperación Internacional del:*

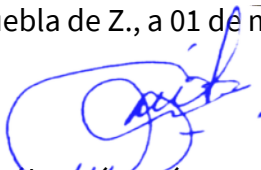
LIC. BARRALES CRUZ MARIANO

Titulada:

**"LA FAMILIA DE COMERCIANTES COMO FORMA DE ECONOMÍA POPULAR EN EL
TIANGUIS DE ATLIXCO, PUEBLA, PERIODO 1994 - 2020".**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser revisado.

Atentamente
H. Puebla de Z., a 01 de marzo de 2023


Dr. Saúl Encé Macías Gamboa
Director de tesis



Asunto: **Término de revisión
de tesis**

Dr. José de Jesús Rivera de la Rosa
Coordinador de la Maestría en Desarrollo
Económico y Cooperación Internacional
PRESENTE

*Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS de la Maestría en
Desarrollo Económico y Cooperación Internacional, elaborada por el:*

LIC. BARRALES CRUZ MARIANO

Titulada:

**"LA FAMILIA DE COMERCIANTES COMO FORMA DE ECONOMÍA POPULAR EN EL
TIANGUIS DE ATLIXCO, PUEBLA, PERIODO 1994 - 2020".**

*Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido a impresión,
por considerarlo satisfactorio.*

Atentamente
H. Puebla de Z., a 30 de marzo de 2023

Mtro. Juan Isaías Aguilar Huerta
Revisor



BUAP

*Asunto: Término de revisión
de tesis*

Dr. José de Jesús Rivera de la Rosa
Coordinador de la Maestría en Desarrollo
Económico y Cooperación Internacional
PRESENTE

*Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS de la Maestría
en Desarrollo Económico y Cooperación Internacional, elaborada por el:*

LIC. BARRALES CRUZ MARIANO

Titulada:

**"LA FAMILIA DE COMERCIANTES COMO FORMA DE ECONOMÍA POPULAR EN EL
TIANGUIS DE ATLIXCO, PUEBLA, PERIODO 1994 - 2020".**

*Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido a
impresión, por considerarlo satisfactorio.*

Atentamente
H. Puebla de Z., a 30 de marzo de 2023

Mtra. Rosa Emilia Haces López
Revisora