BENEMÉRITA UNIVERSIDAD

AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ECONOMÍA

CENTRO DE ESTUDIOS DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

DOCTOR EN EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA.

PRESENTA:

José Trinidad Deolarte Deolarte

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Saúl Enoé Macías Gamboa

COMITÉ TUTORIAL:

* Dra. María Isabel Angoa Pérez

* Dra. María Elena Rojas Herrera

PUEBLA, PUE. SEPTIEMBRE 2023

BUAP Facultad de Economía

DEDICATORIA

In memoria: Liberia^{+}, Ma. De los Ángeles^{+}, Tomas^{+}, y Juan^{+}

AGRADECIMIENTOS

Agradezco especialmente, el continuo apoyo que recibí por parte del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT), para desarrollar mis estudios en el Doctorado en Economía Social Solidaria, porque los montos económicos aportados siempre fueron muy significativos y oportunos, lo cual fue esencial para mantener dichos estudios, que posteriormente fueron fundamentales para culminar de la presente investigación doctoral.

Quiero expresar de la misma manera, mi agradecimiento a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que me brido la oportunidad, el apoyo económico y académico para poder continuar con esta larga carrera que implica la investigación científica, que espero haber contribuido con ésta a la labor académica de la Institución.

Al Centro de Estudios del Desarrollo Económico y Social de la Facultad de Economía, en especial al Núcleo Académico Básico del Doctorado Interinstitucional en Economía Social Solidaria, que de una u otra manera aportaron sus conocimientos para poder fortalecer mis conocimientos metodológicos y generales sobre la economía social solidaria que a la postre se materializaron en la investigación que se llevó a cabo.

Quiero hacer un profundo reconocimiento al Dr. Saúl Macías Gamboa, quien, con sus atenciones y discusiones en la investigación, supo encaminar de manera acertada a la problemática de la Economía Social Solidaria, así también quiero agradecer a las Dra. María Isabel Angoa y a la Dra. María Elena Rojas, quienes también participaron activamente en este este objetivo.

Un sincero agradecimiento al Dr. Saúl Macías Gamboa, que, por su fina percepción de los problemas de nuestra sociedad contemporánea, hizo un mudo aliento para desarrollar la presente investigación.

A los Tianguistas en general, pero de manera particular a Gabina, Conchita, Lourdes y Laura, que, a pesar de los pesares, han logrado mantener sus emprendimientos familiares y que de manera noble decidieron compartir sus experiencias vividas en los tianguis de la región, quedando plasmadas en este documento.

Sin duda alguna mis compañeros de generación, quienes fueron los protagonistas de esta etapa de mi formación profesional, en especial a mi compañera Adriana Isabel Guevara, que con su aportación al equipo de trabajo logramos sacar adelante una parte importante del trabajo de campo que se utilizó en la presente investigación.

De la misma forma quiero agradecer profundamente a mi familia, que gracias a su actitud solidaria me apoyaron ininterrumpidamente a lo largo de estos estos años que duraron mis estudios doctorales, de manera particular a Margarita, Jonathan y Alondra, gracias por compartir momentos alegres y difíciles. En especial aquellos hermanos que ya no alcanzaron a ver materializado el presente esfuerzo.

RESUMEN

En la presente investigación doctoral se consideró una metodología que consistió en la aplicación de un enfoque cualitativo que procuró detectar el sentir de las personas que captaran sus sentidos, así como sus actos e ideas, y se dio un seguimiento específico para analizar al grupo familiar como Unidad Socioeconómica Familiar. El estudio se llevó a efecto con la aplicación de un cuestionario longitudinal a estudiantes de educación superior de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo (HTH), cuyo objetivo consistió en reconstruir el trabajo que realizan las familias con su negocio familiar en los tianguis de los municipios de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, cuya muestra poblacional consisto en la aplicación de 570 cuestionarios. Posteriormente se utilizaron técnicas etnometodológicas, que consistieron en historias de vida, entrevistas semiestructuradas, observación participante, conversaciones informales con los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares que trabajan en el tianguis con su respectivo emprendimiento familiar. Los hallazgos fueron muy reveladores al mostrar la existencia de un circuito mercantil que abarca toda una región funcional compuesta por cuatro subregiones que incluye cuatro cabeceras municipales y un total de 33 municipios que la integran. Adicional a ella, se concluyó que la Unidad Socioeconómica Familiar como emprendimiento familiar juega un papel importante en la reproducción material e inmaterial de las familias en el contexto de una Economía Social Solidaria a través de la ayuda mutua y la continua reciprocidad al interior del seno familiar, generándoles la posibilidad de empleo, lo que posibilita a su vez la producción regional que imprime una dinámica económica a la región funcional.

ABSTRACT

In this doctoral research, a methodology was considered that consisted of the application of a qualitative approach that sought to detect the feelings of the people who captured their senses, as well as their acts and ideas, and a specific follow-up was given to analyze the family group as a Family Socioeconomic Unit. The study was carried out with the application of a longitudinal questionnaire to higher education students of the

Technological University of Huejotzingo (HTH), whose objective was to reconstruct the work carried out by families with their family business in the markets of the municipalities of San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula and Atlixco. The population sample consisted of the application of 570 questionnaires. Subsequently, ethnomethodological techniques were used, which consisted of life stories, semi-structured interviews, participant observation, and informal conversations with the members of the family socioeconomic units who work in the market with their respective family businesses. The findings were very revealing in showing the existence of a mercantile circuit that encompasses an entire functional region composed of four subregions that include four municipal capitals and a total of 33 municipalities that make it up. In addition to this, it was concluded that the Family Socioeconomic Unit as a family enterprise plays an important role in the material and immaterial reproduction of families in the context of a Social Solidarity Economy through mutual aid and continuous reciprocity within the family, generating the possibility of employment, which in turn enables regional production that imprints an economic dynamic on the functional region.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN GENERAL……..1

CAPITULO I: TIANGUIS Y UNIDAD ECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN EL CIRCUITO MERCANTIL SAN MARTIN TEXMELUCAN-HUEJOTZINGO-CHOLULA-ATLIXCO……20

INTRODUCCIÓN……...20

1.1 TIANGUIS: UNA REALIDAD PRESENTE……20

1.1.1 Tianguis e historia: breve aproximación…….....……...20

1.1.2 Tianguis contemporáneo…….……...22

1.1.3 Los tianguis alternativos…….……..…….24

1.1.4 Región y Economía popular Solidaria: los tianguis como circuitos mercantiles…….28

1.1.4.1 Territorio y circuito mercantil como espacio de producción y reproducción……..33

1.1.4.2 Las regiones y el circuito mercantil: estructura y diseño de la región funcional……42

1.1.5 Emprendimiento de sobrevivencia y Unidad Socioeconómica Familiar…...49

1.1.5.1 La Unidad doméstica y la Unidad Socioeconómica Familiar…….49

1.1.5.2 La Unidad Socioeconómica Familiar en la Economía popular..……...54

1.2 EL TIANGUIS EN LA ECONOMÍA POPULAR SOLIDARIA……60

1.2.1 Economía popular: unidad socioeconómica familiar y ocupación……....60

1.2.2 Precariedad laboral: utilización intensiva del trabajo doméstico……..67

1.2.3 Relaciones socioeconómicas: solidaridad, reciprocidad y cooperación……72

1.2.4 Reproducción en la Unidad Socioeconómica Familiar: división del trabajo como estrategia económica familiar……..73

1.3 ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DEL TIANGUIS……..77

1.3.1 Base socioeconómica del tianguis: comerciantes y organización familiar Solidaria nuclear y extensa y estrategia de reproducción……..77

1.3.2 El tianguis como organización: circuito mercantil y comercio itinerante….82

1.3.3 El género, organización y liderazgo en el tianguis……88

1.3.4 El tianguis y sus prácticas sociales: el imaginario social y la interacción familiar-comunitaria……..93

1.3.5 Los valores y las instancias de socialización de la unidad socioeconómica familiar en el tianguis: familia, comunidad, escuela, religión…….……98

CONCLUSIONES……...…….101

CAPITULO II. CIRCUITO MERCANTIL DE LOS TIANGUIS: SAN MARTIN TEXMELUCAN, HUEJOTZINGO, SAN PEDRO CHOLULA Y ATLIXCO……..102

INTRODUCCIÓN……102

2. APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA: EL CIRCUITO MERCANTIL SAN MARTIN-HUEJOTZINGO-CHOLULA-ATLIXCO……..…...102

2.1 SOCIEDAD EN EL CIRCUITO MERCANTIL: ENTRE LO URBANO Y LO RURAL……102

2.1.1 El mercado de consumo del circuito mercantil y su caracterización……...112

2.1.2 Regiones y subregiones: principales características comerciales en los tianguis del circuito mercantil…….122

2.1.3 Comercialización directa en el circuito mercantil……...131

2.1.4 Lugares de comercialización: tianguis y circuito mercantil……134

2.2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA: MERCADOS LABORALES REGIONALES……143

2.3. LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL CIRCUITO MERCANTIL: AGRICULTURA, INDUSTRIA Y SERVICIOS……146

2.4. LO SOCIOECONÓMICO EN EL CIRCUITO MERCANTIL…….154

2.4.1. El salario y composición del ingreso en el circuito mercantil……159

2.4.2. La producción bruta, el consumo intermedio, el valor agregado censal bruto y los activos fijos en el circuito mercantil……...161

2.4.3 Estructura educativa en el circuito mercantil….....163

2.4.4. Infraestructura de integración regional en el circuito mercantil…….....167

CONCLUSIONES…….173

CAPÍTULO III. LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR Y EL TIANGUIS: UNA FORMA DE COOPERACIÓN SOLIDARIA EN EL CIRCUITO MERCANTIL DE SAN MARTIN TEXMELUCAN, HUEJOTZINGO, SAN PEDRO CHOLULA Y ATLIXCO……..175

INTRODUCCIÓN……..……..175

3.1. EL TIANGUIS Y LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR……177

3.1.1 La Unidad Socioeconómica Familiar en los tianguistas……..177

3.1.2. Estructura de la Unidad Socioeconómica Familiar en los tianguis: familia nuclear y extensa…….185

3.1.3. La Unidad Socioeconómica Familiar como trabajadores del tianguis……191

3.2. EL CIRCUITO MERCANTIL, EL TIANGUIS Y LOS SUJETOS SOCIALES: LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA…….....194

3.2.1 La unidad socioeconómica familiar: de campesinos a tianguistas en la región Funcional…….199

3.2.2. Tianguistas productores-comerciantes……..…202

3.2.3. El circuito mercantil constituido por tianguistas, campesinos y la unidad socioeconómica familiar……..204

3.3. LOS TIANGUIS EN EL CIRCUITO MERCANTIL…….208

3.3.1. El tianguis de San Martin Texmelucan……..……...210

3.3.2. El tianguis de Huejotzingo……...….217

3.3.3. El tianguis de San pedro Cholula……..220

3.3.4 El tianguis de Atlixco……..222

CONCLUSIONES……...……..224

CAPÍTULO IV. EL TIANGUIS Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EL EMPRENDIMIENTO FAMILIAR Y LA AYUDA MUTUA COMO ELEMENTOS DE SOLIDARIDAD…….....227

INTRODUCCIÓN……....227

4.1. LA FAMILIA Y EL EMPRENDIMIENTO FAMILIAR: LA OCUPACIÓN EN LA ECONOMÍA POPULAR SOLIDARIA……..…….230

4.2. EL TRABAJO EN LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA: LA DIVISIÓN DEL TRABAJO COMO SOLIDARIDAD O SOLIDARIDAD COMO DIVISIÓN DEL TRABAJO……..…….235

4.3. LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA Y LA AYUDA MUTUA COMO ELEMENTO DE SOLIDARIDAD QUE SE MATERIALIZA EN LA ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO…….……..238

4.5. EL TIANGUIS Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR…….....242

4.5.1. La Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de frutas y verduras: el caso de la familia de la Señora Lourdes……242

4.5.2. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de ropa: el caso de la familia Gómez…..…….....254

4.5.3. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de Cemitas: El caso de la Familia Rojano……265

4.5.4. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de Tortillas. El caso de la familia de la señora Gabina……..275

CONCLUSIONES……...…….283

CONCLUSIONES GENERALES……...…….284

BIBLIOGRAFÍA GENERAL……..……291

FIGURAS

Figura 1.1. Precio y demanda en función de la distancia……. 31

Figura 1.2. El modelo de distribución regional del mercado de lugar central…… 32

Figura 1.3. Territorio Funcional de estudio: San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco……47

Figura 2.1. Circuito Mercantil Funcional San Martin Texmelucan, Huejotzingo, Cholula y Atlixco…….113

Figura 2.2. Pueblos indígenas en el estado de Puebla…….124
Figura 2.3. Red de carreteras en el Estado de Puebla…….168
Figura 4.1. Conchita: Emprendimiento de cemitas…….266
Figura 4.2. Gabina: Emprendimiento de tortillas……277

CUADROS

Cuadro 2.1. Unidades de comercio y de abasto en operación por región al 31 de diciembre de 2016……142

Cuadro 2.2. Región Funcional: Población Económicamente Activa. Total, Hombres y Mujeres. Miles y Tasas de crecimiento. 1990-2020……...145

Cuadro 2.3. Población Ocupada por regiones y su Distribución porcentual según sector de Actividad Económica. Al 15 de marzo de 2015…….148

Cuadro 2.4. Población Ocupada y su distribución Porcentual por región. Según División Ocupacional al 15 de marzo de 2015……..149

Cuadro 2.5. Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje por centro turístico según residencia del turista y según categoría turística del establecimiento. 2016……150

Cuadro 2.6. Población Total, indicadores socioeconómicos, índice de marginación en el circuito mercantil: Huejotzingo, San Martín Texmelucan, San Pedro Cholula y Atlixco. 2015……155

Cuadro 2.7. Población Ocupada por nivel de ingresos en las regiones del circuito mercantil. 2017……160

Cuadro 2.8. Características seleccionadas de las unidades económicas en el sector privado y paraestatal por regiones. 2017…….163

Cuadro 2.9. Circuito Mercantil: Población de 3 y más años por municipio y sexo según nivel de escolaridad al 15 de marzo de 2020……..164

Cuadro 2.10. Circuito Mercantil, Población de 3 años y más por regiones y sexo según nivel de escolaridad. Al 15 de marzo de 2020……165

Cuadro 3.1. Estudiantes que manifestaron tener algún familiar trabajando en el tianguis y que suelen ayudar. n=118……180

Cuadro 3.2. Estudiantes que manifestaron tener algún negocio familiar en el tianguis y la frecuencia con la que ayudan los integrantes de la unidad Socioeconómica Familiar. N=27……181

Cuadro 3.3. Frecuencia con la que la familia estimula la conciencia de los hijos para participar en las actividades del negocio. N=53……..182

Cuadro 3.4. Familiares que apoyan económicamente a sus hijos para realizar estudios en la Universidad Tecnológica de Huejotzingo y que tienen un negocio familiar. n=53……183

Cuadro 3.5. La ayuda en el hogar. n=53…….186

Cuadro 3.6. Circuito mercantil de la región funcional: San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula, Atlixco……...196

INTRODUCCIÓN GENERAL

Concebir la idea de investigación

Hace poco más de tres décadas, cuando todavía era estudiante de economía, todas las mañanas, cuando iba camino a la escuela, en una esquina de mi barrio, en mi comunidad, con mucha frecuencia una familia conformada por el papá, la mamá y sus dos hijos se posicionaban en una esquina sobre la carretera con un puesto de tamales. El puesto estaba compuesto por una pequeña mesa, cuatro bancos de plástico, un bracero, una tamalera, una lona que les servía para protegerse de las inclemencias del clima, y, como medio de transporte utilizaban un triciclo para transportar todos sus utensilios para poder vender sus tamales. Con el paso de los años ese pequeño emprendimiento familiar creció. En años recientes, observo que la estrategia utilizada por aquella familia funciona exitosamente. Su pequeño emprendimiento propició condiciones económicas que, sin duda, mejoraron el estilo de vida de aquella familia. En la actualidad los integrantes de esa familia se distribuyen en puntos estratégicos por el municipio de Huejotzingo, ubicado en el estado de Puebla, para continuar vendiendo sus tamales. Ese emprendimiento familiar de venta de tamales acumula un capital considerable, cuentan con dos camionetas *Ford Lobo* —antes fue el triciclo para apoyar las tareas de transporte—, mesas plegables que fueron adquiridas en la tienda transnacional *The Home Depot*, bancos de aluminio, entre otras muchas cosas más que forman su nuevo capital.

Esta observación de la vida cotidiana la comenté en un curso de metodología de investigación, que en su momento impartió Saúl Macías, lo cual nos llevó a reflexionar respecto a la necesidad de cuestionar la viabilidad de seguir considerando al trabajo asalariado como el eje de inserción de los trabajadores en la estructura capitalista, y el mecanismo que permita generar ingresos monetarios, autoestima personal, identidad y movilidad sociales. En el contexto mundial percibimos que el trabajo asalariado ha perdido vigencia e importancia. En México se dice que el 60 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA) es informal, lo cual significa que no es asalariada —o si lo es puede encontrarse en una forma de precariedad laboral semi-legal— por lo que

usualmente no tiene derechos laborales. En ese contexto socioeconómico se inscribe lo que se conoce como *emprendimiento familiar.*

El panorama con el que iniciamos, el caso de la familia que vende tamales y que alcanzó la movilidad social, nos motivó a indagar qué estaba haciendo la población que no tiene trabajo asalariado y de qué manera esta población se va inclinando por organizar la economía con otros valores, con otros objetivos y con otros sentidos. Esto implica ver de qué manera vive la gente a partir de la solidaridad. La gente no hace esto de manera improvisada, sino que va acumulando cierta experiencia y ciertos saberes acerca de cómo organizar el proceso económico de producción y reproducción en el grupo doméstico. Consideramos que la economía no es sólo un proceso que tiene que ver con el capital, la mercancía, la acumulación, sino es un proceso más amplio, más social, que también debe incluir la satisfacción de las necesidades a través de procesos que no sean precisamente capitalistas.

Una idea de lo económico que no sólo ve lo material, a la producción de bienes, sino que también tenga en cuenta la producción de la vida y la conservación de la naturaleza. La idea de solidaridad ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, en diferentes corrientes, asociada a los pueblos no al poder. Históricamente la solidaridad ha estado ahí, por mucho tiempo se expresó en el pensamiento religioso, con la modernidad capitalista transitó hacia la organización de cooperativas, también se ha expresado en las comunidades. Sin embargo, lo importante de este periodo histórico es que el propio capitalismo está generando, desde los años setenta del siglo XX, en el contexto de sus recurrentes crisis, un proceso de exclusión social: la economía capitalista requiere cada vez menos de trabajadores asalariados y, por lo tanto, la gente va buscando opciones. Hay quienes optan por la migración interna y/o internacional, otros se van a actividades criminales seducidos por el dinero fácil, otros prefieren vivir colectivamente y tratar de producir los bienes necesarios a partir de la solidaridad y la reciprocidad. Se acercan a las transacciones económicas que se hacen por fuera del capitalismo, optan por los intercambios, el trueque, el aporte en mano de obra sin pasar por la mediación del dinero y del mercado, sin criterios mercantiles.

Estas relaciones económicas van surgiendo con mayor énfasis en los años ochenta del siglo XX. Generan sentido de pertenencia e identidad, una organización solidaria de la producción, y una toma de decisiones de forma horizontal. Ello nos llevó a cuestionarnos: de qué manera este tipo de propuestas se van concretando, con qué logros y dificultades la gente está optando por organizarse colectivamente. Esto no sólo obedece a que no hay trabajo asalariado, sino también a que hay un rechazo creciente a la racionalidad instrumental capitalista, a la forma despiadada con que el capitalismo se manifiesta en esta época que nos tocó vivir. El desarrollo y la modernidad capitalistas han exhibido problemas estructurales sin solución y hay que buscar otras alternativas.

La problemática que encontramos es que lo que resulta más crítico son las formas de inserción a ese mercado de trabajo. Entonces, la búsqueda que se hace solidariamente es crear una organización económica diferente a la del capitalismo. Constatar que ya no existe capacidad de generar empleos desde la manera de antes: entonces desde la propia sociedad se van buscando otras respuestas. Es importante entender esta problemática para comprender cuáles son esos sentidos que se están buscando dentro de la sociedad: hay un rechazo y una resignificación de la forma de convivencia que se ha establecido desde la modernidad del capitalismo, y se están buscando otras alternativas. Esta necesidad de impulsar esa otra manera de relacionarnos, una manera más horizontal de organizarse que rompe con la verticalidad impuesta por el capitalismo contemporáneo, esta decisión de crear comunidad tiene que ver con los consensos donde participan todos los miembros, donde hay una horizontalidad en estas relaciones que se van teniendo.

Hay razones estructurales del capitalismo contemporáneo que tiene que ver con varios factores: la sustitución de trabajo vivo, el desempleo estructural que estamos viviendo, la transformación estructural del capital en relación con la esfera de la producción y de la circulación, el crecimiento desmesurado del capital especulativo, que da impulso al capital financiero, una creciente tecnocratización de las racionalidades, una desfavorable correlación de fuerzas que afecta al trabajo. Esto ha llevado a la flexibilización de las relaciones laborales y a la creciente precarización del trabajo.

Desde los años setenta la economía mexicana, así como el capitalismo contemporáneo, ha profundizado la crisis estructural. Han transcurrido las décadas y no se

ha encontrado una senda que apunte a indicios de una posible recuperación[1]. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) proporciona datos de informalidad, donde incluye en una misma bolsa a todas esas organizaciones sociales que consideramos alternativas, sin tratar de entender el propio contenido social que las impregna, cuál es su visión, cuáles son sus valores, cuál es la forma económica racional que están cimentando, cuáles son esas alternativas que están en construcción. Entonces, todo eso que suelen llamar *informalidad* deja sin oportunidad de poder entender la lógica económica diferente que la sociedad intenta construir como una nueva forma de hacer economía.

Otro aspecto importante para destacar es que el desempleo estructural está afectando principalmente a los jóvenes, en México y en otros países. Esta potente fuerza de trabajo se incorpora con mucha frecuencia al emprendimiento familiar donde encuentra, en muchos casos, la solución a la falta de oportunidades en el mercado de trabajo. Es en estos emprendimientos familiares donde experimentan el actuar en equipos de trabajo solidarios. Muchos jóvenes, al lado de su familia, tratan de impulsar mecanismos de autoempleo a través de los trabajos que realizan en la pequeña empresa familiar, lo cual provoca el surgimiento de actividades solidarias. Estas formas de actuar tienen la intención de impulsar otra forma de vida, y, por lo tanto, en términos de la investigación social, la forma en que se aborda esto es a través de conceptos *ad hoc* que logran dar cuenta de lo que están haciendo, de las formas en que se están insertando en esas realidades alternativas.

Como ejemplo de ello es la Cooperativa Tosepan de la comunidad de Cuetzalan Puebla que aglutina a más de 36,000 familias, es una cooperativa grande, aunque el que hacer de la cooperativa va encaminada a ir resolviendo las necesidades de la comunidad y va más allá de una visión económica, el ejercicio realizado es la búsqueda y consolidación de las mejoras de la comunidad, el trabajo ya no se ve como una obligación, sino es una

[1]La idea de crisis estructural del capitalismo tomo relevancia a partir de los años 70, se profundiza en los años 80 y se expone con mayor firmeza en la primera década del presente siglo, periodo que coincide con el modelo neoliberal. Para otros autores es denominada como onda larga descendente del sistema capitalista, crisis de crecimiento lento. El origen de dicha idea la podemos encontrar plasmada en el prólogo de Marx en su Contribución a la Crítica de la Economía Política, que tras de haber expuesto sus principales hallazgos hace referencia a una situación histórica qué valora como una era de revolución social, es decir una crisis de largo plazo que se puede interpretar como estructural. Dicha crisis conlleva décadas en su resolución y cambios profundos, estructurales y funcionales en la dinámica del sistema capitalista.

encomienda, una responsabilidad y un compromiso para la comunidad e integra la vida, se ve desde el trabajo en complementariedad y no como una visión fragmentada de la realidad, el trabajo se hace 24 horas del día toda la semana, no es una responsabilidad es una encomienda. En este sentido todas las actividades financieras se hacen en la cooperativa no tanto el fin sino el medio para ir transformando la realidad social y algo que es sumamente importante, que todo este que hacer va encaminado a lo que ellos llaman el buen vivir.

Construcción del problema de investigación

En nuestros días, México vive una de las crisis más graves que le haya ocurrido en su historia. Hoy en día, existe un deterioro constante en lo económico, en lo político, en la sociedad, en la cultura, en el medio ambiente, en la seguridad. La riqueza se ha concentrado como nunca en unas cuantas familias. Por ejemplo, los trece multimillonarios más ricos de México acumularon en 2019 una fortuna de 132 mil 500 mdd (Forbes, 2019), lo cual representa el 10 por ciento de la riqueza producida en el país. Por el contrario 60 millones de mexicanos viven por debajo del umbral de la pobreza (CEPAL, 2018). El descontento social y la insatisfacción de las familias[2] crecen cada día.

La interpretación que realizan las familias mexicanas —34.1 millones de personas[3] — de la situación que vive la economía de México, dicen ellos, es cosa del destino: no hay empleo, no hay forma de cómo buscar la vida honradamente, por eso la gente se va a lo más fácil. En lo que coinciden casi todos los mexicanos, es en el diagnóstico. México, está en crisis y cayendo. Las familias piensan que cada día se tiene que prescindir de un producto para poder comer, lo cual afecta la salud, así como la educación. Si un niño va sin comer a la escuela, evidentemente no va a rendir lo mismo que un niño que está bien nutrido. No hay mejoramiento del nivel de vida que cada día es peor. No hay condiciones para el futuro: el referente inmediato es la ausencia de éste.

Hace ya casi cuarenta años, se impuso a las familias mexicanas una manera de ver el mundo, esta visión consistía en que los mercados resolverían por sí mismos todos los problemas socioeconómicos. Se izó la bandera del libre mercado y se impuso a rajatabla el modelo económico neoliberal. Desde entonces a la sombra del poder político y del erario se

[2] Las familias comparten espacios, gastos, necesidades, preocupaciones, esperanzas y proyectos de vida.
[3] Inegi. Comunicado de prensa No. 251/18, 28 de mayo de 2018.

amasaron grandes fortunas, sobre todo con la privatización de empresas públicas y de recursos naturales de la nación. Esta concentración de la riqueza explica que haya tanta pobreza, inseguridad, violencia y olvido de una inmensa mayoría de familias que quedaron excluidas de este proyecto. Por el contrario, las familias que se beneficiaron con el neoliberalismo controlaron el poder político y lo hicieron suyo, lo cual propició condiciones para concentrar el ingreso y el poder. Todo esto se tradujo en un proceso de abandono continúo de las familias excluidas del proyecto (14.6 millones de familias, estimación propia[4]).

A la burguesía mexicana se le ofreció el negocio de insertarse en la economía global, lo cual consistió en vender petróleo, aumentar el turismo, "consolidar" al país como una fuente de mano de obra barata, etcétera. En el modelo económico neoliberal, que empezó su aplicación en el mundo a mediados de los años setenta, se apostó de manera progresiva a la privatización de los bienes públicos. En las entrañas de ese modelo la idea que tomó fuerza consistió en apoyar la acumulación en las familias de altos ingresos bajo la idea de que si existía dinero arriba iba a permear hacia abajo. Para lograr dicha derrama económica se tenían que entregar los bienes de la nación.

¿Qué tipo de riqueza es la que las instituciones gubernamentales neoliberales permitieron que se acumulara? La riqueza que se obtuvo mediante monopolios excluyentes de las grandes corporaciones. Esas grandes empresas obtuvieron regímenes fiscales de excepción, lo que les permitió pagar menos impuestos y por ello no han pagado en proporción de los beneficios que obtenían. Esta fue una vía que les permitió acumular grandes riquezas. Fueron las prebendas, los apoyos ilegales, las facilidades monopólicas, las concesiones fraudulentas, todo lo que ha favorecido al gran capital en México.

Este capital se construyó a la sombra del favor, de la utilización del Estado como el gran financiador de la riqueza monopólica. Este modelo avanzó en su barbarie de manera progresiva. Se empieza con las desincorporaciones, con las ventas de entidades de propiedad pública, se sigue con el contratismo que permite transferir miles de millones de

[4] Si la población total en México para el año de 2018 fue de 123.6 millones, que se agrupa en 34.1 millones de hogares, y que de la población total 53 millones son pobres, estos agrupados en familia significan 14.6 millones de hogares pobres en México. Datos de Coneval e Inegi. 2018.

dólares de la propiedad pública a la propiedad privada. Un proceso de destrucción de una parte de lo que fue la industria nacional, el sector metalúrgico, los ferrocarriles, los bancos, las líneas aéreas, un proceso de privatización siempre teñido por el estilo mexicano de abuso de poder y corrupción.

Todo el esquema legal se diseñó para defender estos intereses económicos que promovieron este modelo económico de individualismo posesivo y ante todo vertical, de acumulación de la riqueza, de desmantelamiento de la solidaridad, de la cooperación, de las redes del tejido social que habían existido en nuestro país. Paralelamente se destruyó la planta productiva nacional, se ignoró al campo, se atacó con dureza al Estado de bienestar. Se olvidó que para que una economía nacional pueda crecer se requiere que el país produzca.

El México rural quedó en las ruinas. En los últimos cuarenta años se procuró destruir la agricultura campesina. Los pequeños y medianos productores fueron sometidos a un modelo de dependencia alimentaria. Los *tecnócratas* redujeron los apoyos a los productores, eliminaron aranceles y permisos de importación, también la inversión pública destinada al sector agropecuario. Desmantelaron la producción nacional dando la espalda a los campesinos mexicanos afectados por una liberalización que solamente ha beneficiado a un puñado de grandes corporaciones agroalimentarias, mexicanas y transnacionales. A ello habría que recordar que todo lo anterior se da en el contexto del Tratado de Libre comercio de América del Norte (TELCAN)que se agudiza este proceso iniciado a partir de la crisis de la deuda de 1982.

Los pequeños y medianos empresarios fueron olvidados por el sistema de economía neoliberal. El sector energético nacional dejó de ser prioritario. La industria petrolera nacional fue desmantelada limitándola a la exportación de petróleo crudo. México importó más del 40 por ciento de la gasolina que consumía y 25 por ciento de gas que se necesitaba. Esto provocó altos precios en los energéticos lo que perjudico a consumidores y productores. Las inversiones en Petróleos Mexicanos (Pemex) no sólo fueron de menor cuantía, sino que también estuvieron mal dirigidas. Este proceso explicó también las políticas de contención salarial, el retiro gradual de prestaciones laborales, de derechos, de

educación, de salud, de cultura. Siete de cada diez mexicanos que trabajaban ganaban menos de cinco mil pesos mensuales, tres salarios mínimos, la tercera parte del salario mínimo de Estados Unidos (EUA) que alcanzó el equivalente de quince mil pesos mensuales.

Sin lugar a equivocarnos las crisis económicas que ha experimentado el modelo neoliberal en México han dejado sin esperanza a millones de mexicanos. De este contexto surge la importancia de nuestra investigación. En el ámbito de lo social, ¿cómo enfrenta esta situación adversa la familia mexicana? En el nivel de los grupos primarios —familia y comunidad— ¿cómo se enfrenta el desempleo y la falta de oportunidades? En el grupo familiar —familia nuclear y extensa— en lo primero que se piensa es en el trabajo, la fuente principal del ingreso económico familiar. El jefe de familia, ante la adversidad, piensa en seguir una estrategia, plagada de dificultades, que conduce al esfuerzo colectivo. Analiza a los integrantes de la familia proyectando lazos de solidaridad y cooperación: la familia solidaria[5] (Mora Mendoza, s.f.; Zamorano, 1998; Meil, 2011). Actualmente hay millones de personas sufriendo los efectos de las crisis económicas, madres y padres desempleados, jóvenes emigrando o sin poderse independizar de sus hogares, abuelos compartiendo sus pensiones, dependientes de la familia y sin recursos. Allí donde no llegan las instituciones del Estado o los gobernantes, llega la solidaridad familiar[6].

[5] Definida por Berta Mora Mendoza (Disponible en: Solidaridad Familiar 51_6.pdf-Adobe Acrobat Reader DC) como las normas y prácticas de ayuda mutua entre los miembros de la familia.

[6] Bengtson y Roberts (1991), Citados en Mora Mendoza (Disponible en: Solidaridad Familiar 51_6.pdf-Adobe Acrobat Reader DC), lo definen en seis dimensiones diferentes de relación entre padres e hijos adultos:
—La "solidaridad normativa" explica la apuesta y el compromiso de los miembros de la familia por asumir sus roles y obligaciones familiares. Refiriéndose a sus normas y compromisos adquiridos internamente en la familia, no necesariamente a la identificación social de éstos conforme a ley o costumbre.
—La "solidaridad estructural" refiere al número de familiares próximos, cercanos, que podrían constituir oportunidades de intercambio de ayudas. Valora por tanto la proximidad de los familiares y la amplitud de la red familiar en esta circunstancia. Reflejan de esta forma un posible potencial de solidaridad, y no tanto un modelo específico de ella.
—La "solidaridad asociativa" entiende la intensidad de la relación familiar, el tipo de contacto y la frecuencia de este. Ya sea en llamadas telefónicas, correo postal o electrónico, formas de compartir aficiones y deportes, etc. A mayor frecuencia en la relación, mayor oportunidad de solidaridad familiar.
—La "solidaridad afectiva" se explica a través del tipo de sentimientos positivos compartidos y recíprocos entre los miembros de una misma familia. Sentimientos como el respeto, la confianza, la comprensión, el cariño, etc. Esta dimensión de la solidaridad familiar recoge el sentimiento de pertenencia, la identidad familiar y los vínculos de afectividad. Constituye un valor añadido y cada vez más indispensable para la prestación de ayuda.

En este panorama macro la presente investigación se orienta a entender la lógica de funcionamiento a nivel micro —con todo y las limitaciones que se le han señalado (Damián, 2004; González, s.f.; González y Escobar, s.f.)— de la familia solidaria con su emprendimiento familiar como una vía concreta de poder resolver sus necesidades de producción y reproducción de su vida. El contexto de observación de estas formas de solidaridad que se dan al interior de la familia se manifiesta en el tianguis, el histórico (Paré, 1975; Molina y Campos, 2016) y el contemporáneo (Torres y Pensado, 2006; Gayosso, 2009), en su contexto regional (Licona, 2014; González y Vega, 2016), en especial en los tianguis semanales que se instala en la región funcional que estudiamos y más adelante detallamos. El ángulo de observación es el de la economía social solidaria, en especial el de la solidaridad socioeconómica en el contexto familiar. Consideramos que es en el espacio socioeconómico regional que se constituye en un territorio de reproducción social (Manzanal, 2007; Llanos-Hernández, 2010), que permite a la familia obtener los bienes de subsistencia no satisfechos, así como para entender el contexto social, cultural y económico de las relaciones sociales que se dan en el entramado del territorio funcional como contexto de la solidaridad familiar y social. Consideramos que en el tianguis es un territorio en donde se da y se puede observar esa relación socioeconómica basada en la solidaridad social y económica.

En las regiones del país el tianguis históricamente ha jugado un papel importante en las formas de abastecimiento para las unidades familiares solidarias, para su subsistencia y reproducción (Paré, 1975). Los tianguis también son espacios de socialización en donde se dan relaciones no sólo económicas sino también vinculadas a un tejido de redes de cultura popular. En esos espacios la familia solidaria muestra su lado de apoyo mutuo —económico, social y cultural— entre sus integrantes, intra-generacional y trans-generacionalmente. Se puede observar que las relaciones en ese contexto están fundadas en

—La "solidaridad funcional" se refiere a la voluntad de dar y recibir ayuda por parte de otros miembros de la familia. Esta acción puede ser esporádica y/o periódica; y las ayudas o recursos pueden ser de tipo material, económico o asistencial (cuidado de personas, apoyo doméstico, etc.). Esta dimensión es la que generalmente se identifica de forma directa con la solidaridad familiar, como definición de esta, y con el apoyo mutuo.

—La "solidaridad consensual" entiende el conjunto cultural de valores, opiniones y actitudes compartidos por los miembros de una misma familia ante la realidad social política, económica y cultural que les rodea. La inclusión de esta dimensión de análisis de la solidaridad familiar ha sido cuestionada por autores como Syzdlik (2000), al considerar que la diversidad cultural y de valores no significa necesariamente una menor implicación, apoyo y solidaridad familiar.

lazos de confianza que van de lo familiar a lo comunitario y viceversa —por ejemplo, en las llamadas tandas como sistemas culturales y económicos de crédito (Vélez-Ibáñez, 1993)—.

En una economía limitada y escasa de oportunidades las familias muestran su vulnerabilidad como falta de ingresos económicos para satisfacer sus necesidades básicas, comenzando por la alimentación. A falta de empleos formales las familias han buscado oportunidades en las actividades mercantiles, principalmente en la economía informal. El tianguis, que en apariencia se encuentra en la economía informal —usualmente están organizados colectivamente y pagan "derecho de piso" a los gobiernos municipales—, integra un espacio construido por colectivos de familias solidarias en donde construyen y despliegan sus destrezas para sobrevivir. Sus destrezas no las adquieren en la educación formal basada en la adquisición de conocimiento pues resulta de poca relevancia para sus propósitos. En general, en lo familiar/comunitario, ocurre un proceso formativo informal y de base familiar —basado en costumbres, valores y tradiciones— en donde el aprendizaje básico es la convivencia (Delors et. al., 1996). En ese contexto, el tianguis se construye como un espacio de subsistencia económica basado en redes solidarias. Está basado en la solidaridad que, al mismo tiempo que es económica y formativa, es espacio de reproducción socioeconómica mediante costumbres y valores, como unas de las vías para obtener recursos y satisfacer necesidades mínimas de subsistencia. Así, se constituye en una actividad ineludible en donde distintos integrantes de la familia participan.

El objeto de estudio de esta investigación consiste en mostrar la existencia de la familia solidaria materializada como unidad socioeconómica familiar que opera como un emprendimiento familiar en los tianguis que existen en un circuito mercantil conformada por cuatro regiones funcionales en el Estado de Puebla, que a través de sus prácticas solidarias ejecutadas en éstos centros de consumo popular logran obtener ingresos que les permite satisfacer sus necesidades materiales e inmateriales a falta de oportunidades en el mercado laboral formal, como parte de una estrategia de reproducción social solidaria para la sobrevivencia. La determinación de las prácticas que desarrolla la familia solidaria en su estrategia de reproducción mediante trabajo (ocupación) en el comercio tianguista. Conocer las tareas económicas y sociales, familiares y comunitarias de la ocupación que realizan

para proveer recursos y satisfactores a los integrantes de la familia nuclear y extensa; así como descubrir las diferentes prácticas solidarias que llevan a cabo para lograr su estrategia de reproducción social en un contexto de crisis económica permanente.

El Problema de investigación.

La crisis del modelo económico neoliberal en México se evidencia con una crudeza, complejidad y duración sin precedentes. A causa de ello, las familias mexicanas encuentran dificultades para garantizar la satisfacción de sus necesidades elementales en un contexto rampante de desigualdad socioeconómica. En ese contexto la familia pone en acción sus capacidades productivas que se apoyan en la solidaridad de sus distintos miembros y generaciones. Las restricciones en el ingreso les conducen a diseñar actividades orientadas a conseguir los bienes básicos que les permitan alcanzar un bienestar social relativo que se alcanza mediante redes solidarias, en la familia y en la comunidad de referencia. Así se proponen "garantizar" la reproducción de la vida ante un panorama económico adverso que les ha afectado profundamente. Su trabajo, habilidades y destrezas, producto de aprendizajes acumulados y trasmitidos de generación en generación, son incorporados en las actividades realizadas en el tianguis.

De acuerdo con Ortiz y Vega (2016: 130), el aprendizaje de las maneras de vender se desarrolla en la familia como transmisión de valores, costumbres y tradiciones de forma transgeneracional. Estos saberes, basados en la convivencia, terminan por configurar estilos de vida propios de estos sectores de comerciantes. Los lazos de parentesco ritual, como el matrimonio y el compadrazgo, mantienen un contenido simbólico que es la base de la solidaridad que permiten construir imaginarios sociales de la solidaridad integrada en la actividad económica y laboral.

Las prácticas solidarias, comenta Zamorano (1998: 716), entre las familias, como parte de las estrategias de vida, se hacen más intensas durante las épocas de crisis económica y cambio social: ante las limitaciones de los programas de vivienda, por ejemplo, se recurre a la cohabitación de los matrimonios jóvenes con sus familias parentales, o también, para enfrentar las presiones de los bajos salarios una parte de la familia ejerce algún tipo de trabajo, asalariado o por cuenta propia, y contribuye al ingreso

de la familia extensa, etcétera. Una mujer cuida a sus nietos mientras su hija trabaja y en reciprocidad la hija le proporciona parte de su salario. Una ayuda mutua, de amor, de sacrificio solidario y de compromiso, sentimientos que se presentan de uno u otro modo en el interior de los grupos primarios y domésticos (véanse los relatos compilados por Castells et. al., 2017).

La solidaridad familiar, continúa argumentando Zamorano (1998), forma parte de un sistema de representaciones sociales. Por lo que es una representación compartida integradora de imaginarios sociales que comparten representaciones simbólicas que se expresan como acciones solidarias compartidas en lo económico, social, cultural. En la familia y en lo económico, el trabajo colectivo surge como una muestra de solidaridad familiar: "las aportaciones de otros integrantes del grupo doméstico que no sean el jefe resultan en la mayoría de los casos de una importancia ineludible y esencial para la reproducción del grupo doméstico" (Sheridan, Cecilia, citada en Zamorano, 1998: p.721). Esta idea de "completar" o de "ayudar" guarda la representación de una "familia ideal" y de una división ideal de papeles, de derechos y de obligaciones entre los integrantes del grupo familiar.

En efecto, estos actos basados en la integración colectiva del trabajo, una especie de "empresa familiar" orientada al comercio tianguista, son interpretados como gestos de solidaridad y tienen como finalidad la integración del ingreso familiar sin poner en duda el papel de la familia. Aquí lo importante a destacarse es la capacidad solidaria que muestran los integrantes de la familia donde el trabajo es una de las bases de su integración en un proceso de integración laboral y económica, pretendiendo crear de esta manera una alternativa a la dimensión alienante y asalariada de las relaciones del trabajo capitalista (Fernández, 2013, citado en Oulhaj y Benoit, 2015: 247). La principal estrategia de sobrevivencia de la familia es la incorporación laboral y solidaria de los hijos en la estrategia familiar de obtención de ingresos. Tal hecho puede ser considerado un acto de solidaridad socioeconómica centrado en el imaginario familiar. Cada día se esfuerzan para lograr colocar sus mercaderías en el tianguis —no sólo en alguna cabecera municipal sino también en un circuito comercial intermunicipal, interregional e interestatal— como una estrategia de base familiar. Estas acciones en el fondo son "estrategias de reproducción

social" de la familia solidaria, "estrategias laborales de reproducción" (Duque y Pastrana, 1975; Laminitz, 1975; Rodríguez, 1981; Torrado, 1981; 1982).

Para entender las estrategias de reproducción social para la sobrevivencia de las familias solidarias en el tianguis, y su papel en el contexto de la economía social solidaria, vamos a plantear algunos elementos que nos conduzcan a problematizar aún más las cuestiones hasta ahora planteadas. Primeramente, como comenta Licona (2014) , el tianguis es un espacio articulador donde "se estructuran relaciones sociales de ayuda mutua y se cambian bienes por bienes —trueque—, los cuales funcionan como mecanismos económicos de subsistencia y, en algunos casos, como generadores de nuevas relaciones sociales y como rasgos culturales de sociedades indígenas y campesinas que caracterizan a una economía regional en un contexto de economía nacional impactada por procesos de globalización económica y cultural" (Licona, 2014: 139). Por lo que los tianguis y los mercados —entendidos aquí como lugares— que construyen un sistema de intercambio regional centralizado de carácter global y al mismo tiempo local y constituyen los espacios económicos donde se articula la economía campesina-indígena con la economía nacional y global. Esta red de tianguis es la que realmente funciona como aparato de distribución e intercambio de bienes para los sectores más desprotegidos —indígenas, campesinos, sectores populares—.

Licona (2014), continúa argumentando, que "el mercado/tianguis significa para artesanos y productores campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala una importante opción de venta de bienes, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas, y con ello, la reproducción de unidades domesticas; pero también para ellos mismos como consumidores y para otros sectores pobres urbanos de la ciudad". Por lo que (Licona, 2014: 140) ... "el mercado/tianguis se conforma en un espacio para economizar y hacer rendir más el dinero asignado para el abastecimiento de bienes, por lo que recurren a distintos sistemas de intercambio constituyendo así una institución económica orientada fundamentalmente por la lógica mercantil pero que alberga sistemas de intercambio recíprocos".

El sistema de intercambio del tianguis pone en operación la estrategia de la familia solidaria, magnificada en emprendimiento familiar. Cada integrante de la familia —nuclear y ampliada— asume una función que va desde lo logístico a lo operativo: como productores agrícolas, como transportistas de las mercancías, vendedores semifijos, como vendedores ambulantes, como operadores en los circuitos mercantiles, intermediarios mayores y menores, etcétera. Como se ve, las funciones en el mercado-tianguis son heterogéneas en las que se refleja una configuración de la división del trabajo con distintas especializaciones. Los intermediarios mayores imponen el precio del producto en la región. Los vendedores ambulantes establecen relaciones de amistad y se reúnen en algún punto del tianguis para ir ofreciendo sus productos. El puesto, el manteado y el local son figuras socioespaciales en las que se expenden abiertamente los productos. Constituyen lugares que no sólo funcionan como espacios económicos, sino que en ellos existe un lenguaje especializado, un sistema de objetos/instrumentos requeridos por las diversas funciones que se realizan —huacales, "diablito", báscula, entre otros—. Esas funciones se basan en relaciones de parentesco —familia nuclear y ampliada— pero incluso, como sostiene Licona (2014), se establecen nuevas relaciones de parentesco y compadrazgo, entre los mismos vendedores o, incluso, con algunos compradores habituales. Todo un sistema de interacción socioeconómica compleja y, al mismo tiempo, de aparente simplicidad.

La familia se integra en esta forma social de circuito mercantil de manera solidaria. Participa en un "emprendimiento familiar" estructurado jerárquicamente en la venta de mercancías populares diversas. Varias de estas actividades comerciales han seguido una transmisión transgeneracional pues con frecuencia han sido heredadas desde los abuelos. Así se extiende la actividad económica durante muchos años, surge una tradición familiar —la familia comerciante— como una estrategia solidaria de supervivencia familiar que observamos en distintas actividades económicas, en especial las comerciales. El sistema de intercambio del mercado/tianguis está mediado por el parentesco, por lo que la cuestión del heredero(a) es de suma importancia para la continuidad del sistema mismo.

Esta "ocupación atípica" —como señala Gayoso (2009)—, en el sentido de sus diferencias con el empleo en el segmento formal del mercado de trabajo, ha representado una opción laboral viable para numerosas personas desempleadas o que carecen del capital

humano y social para incorporarse al mercado de trabajo formal. El trabajo realizado en los tianguis, como centros de comercio itinerantes, con apariencia de informalidad y simpleza, se encuentra estructurado con normas y regulaciones formales e informales, escritas o verbales, que delinean la actividad de los vendedores en su proceso de trabajo.

Entender las prácticas socioeconómicas solidarias, que se materializan en estrategias de sobrevivencia en los tianguis, entendido este como el mercado local donde se reúnen los productores directos, agricultores, artesanos y comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones funcionales con distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas (Paré, 1975), resulta de suma importancia para la presente investigación.

En consecuencia, lo que vamos a tratar de demostrar en la presente investigación, es ¿si el espacio socioeconómico regional como territorio de reproducción social permite explicar la organización social de la familia solidaria en el contexto social, cultural y económico en el tianguis a través de las prácticas solidarias, como parte de una estrategia de reproducción social para la sobrevivencia?

Si en situación de pobreza y dada la urgencia cotidiana de asegurar la subsistencia, lleva a muchas personas a vivenciar la importancia de compartir lo poco que se tiene, de formar comunidades y grupos de ayuda mutua, recíproca y protección, lo que da sustento a la existencia de la familia solidaria en el tianguis; por lo que la economía popular y su expresión en el tianguis representa básicamente una economía de trabajo colaborativo.

Las estrategias de sobrevivencia familiares que desarrollan actividades de economía solidaria, practicadas en los tianguis, son una alternativa viable para generar mecanismos de reproducción de la familia. En ese contexto se desarrolla, además del capital económico —generación de ingresos económicos basados en la cooperación solidaridad familiar—, capital social y capital cultural que les permite mejorar el bienestar social con un alcance familiar desde la perspectiva de la Economía Social Solidaria.

De esta aseveración podemos desprender las preguntas ordenadoras de la investigación: Las diferentes estrategias de sobrevivencia aplicadas día con día en los

tianguis en que opera el grupo familiar con su disposición solidaria, ¿son una alternativa para dar ocupación a los núcleos familiares solidarios que participan en el tianguis, de tal manera que les da la oportunidad de reproducir al grupo familiar y alcanzar su bienestar?

El objeto de análisis de nuestro trabajo es la familia solidaria entendida como unidad socioeconómica familiar (Borsotti, 1978) todo esto en el contexto de los tianguis inmersos en un circuito mercantil conformado por regiones funcionales. Lo que escudriñamos es que el tianguis está conformado por un conjunto de unidades socioeconómicas familiares que se expresan en forma de pequeños emprendimientos económicos —la estructura familiar interactuando como negocio familiar—. Observamos que la operación de las personas que venden en los tianguis regionales —con base en las regiones de San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco— se desarrolla todo un apoyo logístico que propicia que las actividades que se desarrollan en el tianguis, en cuanto negocio familiar, hacen que funcione adecuadamente el emprendimiento familiar. Esta conducta social se constituye en la unidad de análisis de la investigación que desarrollamos.

Lo que dilucidamos es cómo la familia solidaria, en cuanto unidad socioeconómica familiar organizada en un emprendimiento familiar, se desenvuelve y opera en los tianguis y cómo se mueve a través del circuito mercantil en las regiones funcionales, para relacionarse con cada uno de los tianguis que conforman al circuito mercantil inserto en cuatro regiones funcionales con cabecera municipal en San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco. Lo interesante radica en el hecho de que encontramos la existencia de tianguis de larga tradición histórica, donde se mueve la familia solidaria como unidad socioeconómica familiar y forma un espacio de intercambio de mercancías y de trabajo, en los cuatro tianguis que conforman el circuito mercantil de nuestras regiones funcionales. El circuito comienza en San Martin Texmelucan, pasa por Huejotzingo, sigue por San Pedro Cholula y termina en Atlixco y viceversa.

Lo que determinamos en esencia es cómo esas familias se mueven a través de los tianguis. Las familias con su emprendimiento las podemos encontrar en otros tianguis, esto es lo que configura el circuito mercantil, donde cuatro tianguis que se encuentran en cada una de estas cuatro cabeceras regionales —la movilidad de las familias—, las familias van

ubicándose en distintos días de la semana en cada uno de estos tianguis. A esto llamamos circuito mercantil, porque en el fondo es un proceso socioeconómico donde la familia juega un papel preponderante. Lo que tratamos de explicar es cómo el circuito mercantil configura todo un complejo de mercados populares de consumo que articulan y dan forma a esta concatenación de tianguis. Por eso hablamos de circuito mercantil conformado por cuatro tianguis interconectados en cuatro regiones funcionales.

A partir de la identificación de la región de Huejotzingo vamos presentando cómo las unidades socioeconómicas familiares se mueven a través del circuito mercantil que funciona semanalmente. Cómo se organizan para desplazarse a través del circuito mercantil es lo que le da contenido y forma a esa actividad económica. Entonces la idea es que la unidad de análisis es la familia solidaria como unidad socioeconómica familiar, el contexto es el traslape de cuatro regiones funcionales articuladas en cuatro tianguis, lo que constituye un gran mercado de consumo popular, donde las familias solidarias en cuanto unidades socioeconómicas familiares que, a través de prácticas solidarias, adquieren los bienes materiales e inmateriales necesario para lograr su producción y reproducción.

La idea central de la investigación consiste en considerar que el espacio socioeconómico regional se constituye en un territorio de reproducción social, que permite a la familia obtener los bienes de subsistencia no satisfechos a través del trabajo solidario familiar, así como para entender el contexto social, cultural y económico de las relaciones sociales que se dan en el entramado regional como contexto de la solidaridad familiar. Consideramos que el tianguis es un espacio en donde se da y se puede observar esa relación socioeconómica basada en la solidaridad social y económica, a través de diversas prácticas solidarias.

Dada la experiencia de pobreza, de la necesidad experimentada como urgencia cotidiana de asegurar la subsistencia, lleva a muchas personas a vivenciar la importancia de compartir lo poco que se tiene, de formar comunidades y grupos de ayuda mutua, y de recíproca protección, lo que da sustento a la existencia de la familia solidaria como unidad socioeconómica familiar en el tianguis. La economía popular y su expresión en el tianguis representa básicamente una economía de trabajo colaborativo.

El sentido de la búsqueda de una economía solidaria, que se pone de manifiesto en formas de resistencia de la sociedad, liberación y configuración de alternativas para la población trabajadora, es decir, en términos generales de la inmensa mayoría de la población que de una u otra manera han quedado en la marginación.

Observamos una tendencia de respuestas concretas y alternativas que buscan nuevas formas de hacer economía, diferente a la capitalista que se expresa cada vez más en el aumento continuo de organizaciones que buscan nuevas formas de ser revindicadas. Se puede afirmar que cada vez más sectores de la población, que se quedaron al margen del "desarrollo", encuentran nuevos y creativos medios de convocatoria y manifestación mediante acciones colectivas que demandan su inclusión en el trabajo digno y decente.

La hipótesis para demostrar consiste en determinar que el tianguis es una forma de cooperación solidaria que lejos de generar individualismo y egoísmo, genera cooperación y reciprocidad al interior de la unidad socioeconómica familiar, bajo la forma de un emprendimiento doméstico familiar de sobrevivencia. De esta forma el tianguis, basado en esa unidad socioeconómica satisface las necesidades de los individuos que forman esa familia y así mismo estimula prácticas de economía popular solidaria en las familias como unidades socioeconómicas familiares. Como una segunda hipótesis, para apuntalar la primera, todo parece indicar que estos colectivos, en sus haberes de conciencia, van generando una cultura económica que tiende al alejamiento de las reglas de la ganancia y se aproximan a las necesidades y valores humanos. Por lo que se puede apreciar la economía solidaria como una forma diferente de hacer economía al modelo económico dominante.

La metodología que utilizamos para el presente trabajo consistió en la aplicación de un enfoque cualitativo de investigación que procura representar el sentido de las personas que dan a sus actos, a sus ideas, y al mundo que les rodea de una manera subjetiva. El estudio se realizó con la aplicación de un cuestionario longitudinal a estudiantes de educación superior de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo (UTH), y se enfocó en la reconstrucción del trabajo que realizan las familias con su emprendimiento familiar en los tianguis de San Pedro Cholula, Huejotzingo, San Martin Texmelucan y Atlixco. El universo poblacional fue de 545 estudiantes de dicha Universidad y de diferentes carreras, trabajo cuyos resultados se utilizaron para construcción del capítulo tres. En la elaboración del

capítulo cuatro se trabajó con técnicas etnometodológicas que fueron utilizadas para la obtención de información. Dichas técnicas consistieron en historias de vida, entrevistas semiestructurada y la observación participante, aunque esta última técnica fue la que priorizamos. Estas técnicas nos permitieron una descripción cualitativa de las características sobresalientes de los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares que participan en los tianguis, así como en el circuito económico conformado por las cuatro regiones funcionales de la región funcional que se propuso para su estudio. De la misma manera se llevaron a cabo conversaciones informales con tianguistas de la región, así como con integrantes de algunos grupos domésticos, utilizando para su análisis técnicas de análisis de la conversación, lo cual nos permitió identificar diversos antecedentes de carácter personales y de la propia familia, lo cual nos dio luz sobre sus creencias, sentimientos, miedos y posiciones sociales, esta forma de recabar información posibilitó la acumulación de diversas opiniones, ideas y críticas sobre temas de interés al interior de la unidad socioeconómica familiar, aspectos que fueron asentados en la libreta de campo.

CAPITULO I: TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN EL CIRCUITO MERCANTIL SAN MARTIN TEXMELUCAN-HUEJOTZINGO-CHOLULA-ATLIXCO.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este capítulo es construir el marco teórico-metodológico de la presente investigación, se abordan elementos teóricos y conceptuales que nos sirvieron para entender el comportamiento racional de la familia, conformada como unidad socioeconómica familiar, actuando en su campo de acción en el tianguis, ubicado en términos espaciales en una región funcional y operando en una red de tianguis conformados como circuito mercantil. Por lo que se plantean propuestas teóricas respecto al tianguis y se construye una propuesta de región, de la misma forma se propone analizar a la familia como unidad socioeconómica familiar. También se abordan algunos planteamientos históricos de los tianguis en general y en particular de los tianguis de la región de estudio. La construcción de este capítulo se apoyó en lo fundamental en una revisión de diversos autores y documentos que nos permitieron construir las bases teóricas metodológicas que sirvieron para abordar el trabajo de investigación propuesto. Por lo que se hizo el esfuerzo de vincular la concepción teórica desarrollada y se aplicó en el referente contextual de observación de la unidad socioeconómica familiar en el tianguis, en el entramado social de un conjunto de regiones funcionales insertas en un circuito mercantil conformado por los municipios de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, como cabeceras municipales con sus respectivos municipios que los conforman.

1.1 TIANGUIS: UNA REALIDAD PRESENTE

1.1.1 Tianguis e historia: breve aproximación

En las crónicas de Indias del siglo XVI de Bernal Díaz del Castillo (s.f.), se incluyen amplias e interesantes descripciones de los *tianquiztlis* de México-Tenochtitlan: "Llaman tianquiztli al mercado. Cada barrio y parrocha tiene su plaza para contratar el mercado. Más México y Tlatelulco, que son los mayores las tienen grandísimas. Especial lo es una de ellas, donde se hace mercado los más días de la semana; pero de cinco en cinco

días es lo ordinario, y creo que la orden y costumbre de todo el reino y tierras de Moteczuma. La plaza es ancha, larga, cercada de portales, y tal, en fin, que caben en ella sesenta y aun cien mil personas, que andan vendiendo y comprando; porque como es la cabeza de toda la tierra, acuden allí de toda la comarca, y aún lejos. Y más todos los pueblos de la laguna, a cuya causa hay siempre tantos barcos y tantas personas como digo, y aún más...”

Con su orden y concierto, el mercado de Tlatelolco fue uno de los varios motivos que asombraron a los españoles cuando arribaron a México-Tenochtitlan. Bernal Díaz del Castillo (s.f.), describió así sus impresiones en su *Historia verdadera de la conquista de Nueva España*: “Y desde que llegamos a la gran plaza, que se dice el Tatelulco, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían. Y los principales que iban con nosotros nos lo iban mostrando; cada género de mercaderías estaba por sí, y tenían situados y señalados sus asientos”. Pero este mercado, si bien el más trascendente y del cual tenemos más conocimiento, no era el único. Los tianguis, como lugares de intercambio, existían en varios lugares del México prehispánico. Así, la Historia Tolteca-Chichimeca refiere lo siguiente para el caso de Tepeaca, en el actual estado de Puebla: Onca moman tianquiztli Tepeyacac —“Entonces en Tepeyacac se estableció el mercado”—.

Los mercados de aquellos pueblos originarios han cumplido, desde su inserción en la economía colonial, dos funciones principales: a) lanzar a la circulación en un ámbito regional mercaderías que han sido producidas en el contexto de una economía campesina, no necesariamente mercantil; b) proveer a los individuos y sus comunidades de bienes, producidos con fines específicamente mercantiles. (Villela, 2013)

Los tianguis en la colonia, nos indica Quiroz (2013), se señalan como lugares y espacios donde se llevaban a cabo operaciones de intercambio. Esos mercados populares siguieron desarrollándose en el contexto colonial como parte del engranaje social que permitió la inserción de los núcleos étnicos a una economía mercantil incipiente. A título de ilustración tenemos una referencia colonial sobre el mercado indígena de Chilapa, en el actual estado de Guerrero, el cual hasta hace poco conservaba su fisonomía tradicional: “Una fuentezica ay de razonable agua que viene encañada al monasterio y va a la placa y mercado, que se dize ‘Tianguez’. Asimismo, el término indígena tianguis encuentra

expresión en el toponímico Tianguistenco (“a la orilla del mercado”), en lo que sigue siendo una de las principales plazas de mercado del actual estado de México. Muchos otros pueblos de México conservan en su toponimia el término tianguis.

En el siglo XV, el tianguis se establecía en períodos determinados durante los cuales se reunían los vendedores de los pueblos de los alrededores para ofrecer sus productos en una plaza. El tianguis se establecía en ciudades que tenían importancia y que fueron convirtiéndose en *cabeceras regionales*. Entre esos tianguis se encontraban los de Huejotzingo, Tenochtitlan, Texcoco, Tlaxcala y Xochimilco. Multitudes concurrían para comprar o vender diversos productos que se agrupaban por calles: verduras, hierbas medicinales, frijol, maíz, algodón, aves, peces, obsidiana, loza, hachas y minerales.

El tianguis configura espacios de interacción económica, donde los olores, colores y sabores de la economía campesina e indígena fueron sello distintivo de microeconomías regionales. Los tianguis y mercados campesino-indígenas aún habrán de perdurar un buen tiempo, a pesar de la expansión de la economía mercantil basada en la producción manufacturera industrial.

1.1.2 Tianguis contemporáneo

El tianguis ha sido históricamente centro de la vida social y económica en el México prehispánico, colonial, independiente, moderno y contemporáneo. Fue a finales de la década de los sesenta cuando el Gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, y como Regente del Departamento del Distrito Federal Alfonso Corona del Rosal, que se decidió que el 21 de diciembre de 1969 se establecería el concepto de *Mercado Sobre Ruedas*. La idea era poder establecer un punto de encuentro entre los productores de alimentos y los consumidores. Ello para eliminar a los intermediarios con la finalidad de ofrecer productos a precios mucho más bajos que si las personas compraran los productos en otros sitios, como los supermercados. El Gobierno de aquella época dispuso de plazas públicas y parques para organizar a los agricultores y campesinos para que ofrecieran sus productos. Así surgió el primer tianguis-mercado sobre ruedas que era fácilmente reconocible porque tenían una manta color rosa, y los primeros productos que comercializaban eran frutas, verduras y legumbres. El primer mercado sobre ruedas se estableció en la Calle Electricistas en la

colonia 20 de noviembre, muy cerca de lo que hoy es la estación Guerrero de la línea 3 del Metro de la Ciudad de México. En este mercado las personas que acudían a comprar lograron obtener hasta diez veces más económicos los productos.

El origen de los mercados sobre ruedas responde a una política nacional que buscaba establecer un lazo de cercanía entre los productores y los consumidores y así disminuir el peso económico de los intermediarios. Tenían como objetivo una reducción de los precios en beneficio de las familias, así como el propósito de atender la demanda de alimentos que requería el país y de algún modo responder a las necesidades de ocupación y apoyos a los trabajadores del campo y a los pequeños productores agrícolas. De esta manera surge la idea de establecer acuerdos con diversas asociaciones de campesinos y productores permitiendo establecer centros de abasto itinerantes en espacios públicos, los cuales cumplirían con rutas específicas —como el circuito mercantil al que nos referimos en esta investigación— en la idea de abastecer a un medio urbano en continuo crecimiento. Con esto se buscaba lograr un acercamiento entre productor y consumidor con la finalidad de abatir los costos de los productos principalmente en beneficio de las clases de menores recursos económicos —asalariados y clase media baja—. Con esta idea básica se decidió arrancar el funcionamiento de los mercados sobre ruedas. Este modelo no tuvo el impacto deseado y los espacios en que solían instalarse se convirtieron en anárquicos y el apoyo a las familias y a los productores se perdió de vista.

Los mercados sobre ruedas son aún un sistema de comercialización y abasto de bienes en que pueden participar con el carácter de oferentes los productores, fabricantes, distribuidores y comerciantes. Dichos mercados se integran por el conjunto de puestos móviles que se instalan y retiran periódicamente en algunas de las zonas de lo que era el Distrito Federal, hoy conocida como Ciudad de México, y en otras ciudades de nuestro país, incluida la ciudad de Puebla.

Algunas características sobresalientes de los tianguis contemporáneos a destacar es que continúan actuando como espacios sociales, donde se pueden observar diversos sujetos participantes en diferentes maneras y que tienden a establecer ciertos vínculos que se expresan en la formación de lazos de amistad, vínculos familiares, y relaciones socioeconómicas de producción y reproducción en el grupo doméstico (Borsotti, 1978; Quesnel y Lerner, 1989; Lehalleur y Rendón, 1989; García, Muñoz y Oliveira, 1982). En

los tianguis se expresan diversos actores sociales, con sus funciones y sus jerarquías específicas que pasan a ocupar un papel central en el engranaje social. En el pasado como en el presente observamos que los tianguis han marcado claramente su función fundamental de fuentes de abastecimiento en lo esencial de bienes alimenticios, sobre todo para la clase popular. Estos espacios de consumo popular se acompañan de una fuerte carga cultural, de convivencia y de creación conjunta de subjetividades. El acto de intercambio para la satisfacción de necesidades no necesariamente se encuentra permeada por el lucro o la obtención de ganancias, sino que podemos encontrar algunas formas de intercambio no monetario de bienes con valor de uso, como el trueque, o acciones de reciprocidad comunitaria como el tequio. Los tianguis son un cumulo de expresiones de la vida cotidiana, de estilos de alimentación, de relacionarse, que refleja una fuerte carga de lo simbólico. Como manifestación de esto podemos destacar las cuestiones religiosas que nos reflejan expresiones de vida y cultural, en los que la parte de intercambio es sólo una fracción más de la vida cotidiana. En efecto, en los tianguis existen contenidos simbólicos, formas culturales que nutren los espacios de intercambio. En ciertas fechas específicas los productos ofertados con fines religiosos siguen presentes. Observamos procesos subjetivos que relacionan los alimentos con cuestiones religiosas, lo cual se materializa de manera muy concreta, por ejemplo, el día de muertos, pues las familias llevan insumos para las ofrendas —calabazas, flores entre otros— y demás prácticas culturales para recordar a los ancestros. Finalmente es importante señalar que los tianguis se interconectan en circuitos comerciales los cuales se componen de concatenaciones de regiones funcionales.

1.1.3 Los tianguis alternativos

En este apartado de la investigación realizamos una aproximación al tianguis alternativo, que en años recientes ha surgido como fuentes de empleo para ciertos sectores de la economía popular. Es importante hacer notar que estos tianguis presentes en la sociedad contemporánea surgen a raíz de la conjunción de tres elementos que marcan sus orígenes y manifestaciones, en primer luchar, tenemos el comportamiento del mercado mundial, en el cual encontramos el desarrollo de nichos de mercados orgánicos, en segundo lugar tenemos una continua proliferación de temas ambientales puestos en las agentas

globales, un tercer elemento que consideramos que también contribuyo a la aparición de los tianguis alternativos son las diversas propuestas de ciertos grupos sociales —pequeños productores agrícolas—. La conjunción de estos elementos, motivaron la conformación de este tipo de tianguis.

Los pequeños productores que utilizan insumos orgánicos para el cultivo de verduras y otros productos de origen agrícola, y que no incorporan insumos químicos para su elaboración, son elementales para comprender la constitución de los tianguis alternativos, pues en ellos encontramos propuestas y discursos de vida saludables, que de alguna manera penetran en el comportamiento de otros sectores de la sociedad, tales como la población urbana. Estos pequeños productores han conservado y contribuido a formas productivas, que desde su perspectiva buscan construir procesos desde sus propias realidades. Dichos productores se han mantenido o han sido relegados de las políticas gubernamentales aplicadas al sector agrícola. Algunos de estos actores son los que han participado activamente en los tianguis alternativos.

La agricultura familiar y pequeña, acompañada de subjetividades que se reflejan en sus vidas cotidianas, en las múltiples relaciones que establecen en su entorno y que traslapan con la naturaleza y en el ámbito familiar, abona diversos elementos simbólicos en el desarrollo y dinámica en la construcción de los tianguis alternativos. Dichas concepciones, adheridas a la creciente demanda de productos orgánicas de origen agrícola, contribuyen de manera definitoria a la creación y proliferación de los tianguis alternativos. Dando lugar a la conformación de espacios de encuentro que promueven el enlace de población urbana con la rural, a través de la producción en pequeña escala, promoviendo relaciones de respeto hacia la naturaleza y fomentando formas de alimentarse y de relacionarse.

De acuerdo con información basada en la página web de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, tenemos que la generación de productos orgánicos en México se ha incrementado de manera sustancial en los últimos años, como respuesta a la demanda global creciente de productos orgánicos. La producción de productos orgánicos se ha incrementado de manera continua. En efecto, más de 83 mil productores llevan a cabo una agricultura sustentable, respetando la naturaleza y la salud de la población. Los

productos orgánicos cultivados en el campo pueden ser hallados en los tianguis tradicionales, pero con mayor énfasis en los tianguis alternativos, pero también en los mercados sobre ruedas. La Red Mexicana de Tianguis se creó en el año del 2004 con el fin de agrupar tianguis orgánicos y de promover su desarrollo, fomentando el consumo responsable de productos orgánicos locales. Con el consumo de productos orgánicos locales se promueve el intercambio directo entre productores y consumidores y se vive en armonía con el medio ambiente. La Red está conformada por 20 mercados distribuidos a lo largo de la República Mexicana, así como otras iniciativas de producción y consumo de productos locales. Es posible encontrar tianguis orgánicos en Oaxaca, Morelos, Distrito Federal, Estado de México, Veracruz, Puebla, San José del Cabo, Tlaxcala y otros estados.

De acuerdo con los elementos históricos que han sido señalados, podemos observar que los procesos de constitución particulares de cada tianguis, las iniciativas surgen desde las entrañas de la sociedad civil en diversas modalidades. Encontramos actores plurales que comparten su preocupación por la calidad de los alimentos a los que tienen acceso, y algunos otros, comparten la búsqueda por generar espacios de venta en la ciudad. Vemos ante todo que los detonadores de los tianguis alternativos son organizaciones de la sociedad civil, madres de familia, motivadas por dar otras alternativas de alimentación a su familia, consumidores, académicos, jóvenes estudiantes, y hasta en algunos casos, como fue el caso de Oaxaca, donde el tianguis nace como respuesta a una lucha por conservar un patrimonio cultural, —en este caso por el riesgo cultural que representaba la instalación de un Mc'Donalds en el centro de la ciudad—.

Aunque el impulso inicial de los tianguis alternativos vino generalmente del lado del consumo y de organizaciones de la sociedad civil, actualmente en los tianguis alternativos se puede observar la participación de productores, procesadores, comercializadores, que incluso se han convertido en promotores. Estos tianguis muestran una diversidad de estrategias de reproducción expresadas en los productos y servicios ofertados. Es común en la naturaleza de estos tianguis, la participación de pequeños productores locales y regionales, que ofrecen sus productos orgánicos, que en términos prácticos se manifiestan en diversos grados y bajo diversas lógicas. Es así como se han encontrado diversos productores campesinos, jóvenes, estos con proyectos rurales,

proyectos de agricultura urbana, periurbana, huertos familiares, entre otros. Al mismo tiempo, en los tianguis alternativos hay productores de los llamados procesados, es decir, de productos cuyos insumos son variados y con diferentes cualidades orgánicas; dentro de éstos encontramos pan, quesos, salsas, aderezos, chocolate, mermeladas, granolas, conservas, productos deshidratados, etc. Estos productos procesados son resultado de la búsqueda por dar un valor agregado a ciertos productos.

Otro de los puntos coincidentes en los tianguis alternativos, son los procesos de sociabilización a través de actividades que rebasan los intercambios materiales, tal es el caso de las diversas actividades culturales, de aprendizaje, talleres, mesas de diálogo, entre otras. Estas actividades comunes en los tianguis alternativos facilitan los procesos de interacción entre los distintos actores, y coadyuvan a los procesos de sociabilidad, los cuales son fundamentales para la construcción conjunta de significaciones y sentidos.

En un trabajo de Rocío García (2015), nos da una idea de la existencia, objetivos, operación y características de los tianguis alternativos en nuestro país. Su estudio realiza una exploración y comparación entre iniciativas de intercambio en tianguis de distintos territorios, lo que aporta una idea sobre la existencia más general de este tipo de espacios alternativos que recuperar y recrean las prácticas ancestrales de los tianquiztli mesoamericanos. Los casos estudiados por Rocío García son los siguientes: El Círculo de Producción y Consumo Responsable, Guadalajara, Jalisco; Tianguis Orgánico de Chapingo, Estado de México; Tianguis Agroecológico de Xalapa y Tianguis Biocultural de Coatepec; Expo-Venta de Productos Orgánicos “El Pochote”, Oaxaca, Oaxaca; Mercado Alternativo de Tlaxcala; Tianguis Comida Sana y Cercana, San Cristóbal de las Casas, Chiapas; Tianguis El Huacalero, Tapachula, Chiapas; Tianguis Alternativo de Puebla; Tianguis Cuexcomate en Cuautla, Morelos; Tianguis Alternativo Bosque de Agua, Metepec y Toluca, Edo de México.

En sus conclusiones, García sostiene que los tianguis alternativos lo son porque: sus racionalidades van más allá de la clásica racionalidad económica instrumental de los mercados capitalistas hegemónicos; abren lugar a la participación de otros actores sociales como campesinos, jóvenes, mujeres y personas de la tercera edad insertos en procesos de producción y distribución, especialmente de alimentos; estrechan relaciones con la

naturaleza y con los demás con motivaciones que no son solo mercantiles; rompen con la fragmentación e individualismo dominantes para crear espacios de socialización y vinculación colectiva (García, 2015). En suma, el estudio de García encuentra que nuevos sentidos o resignificaciones se realizan en estos espacios alternativos socio-mercantiles: un intento por crear estrategias de reproducción colectiva de la vida desde la resignificación de las relaciones sociales y con la naturaleza. En otras palabras, Se dibujan como intentos para la constitución de sujetos sociales que, desde su conciencia y cotidianidad, puedan reapropiarse de la memoria, de lo social y de lo común.

1.1.4 Región y Economía popular Solidaria: los tianguis como circuitos mercantiles

Es en los centros urbanos donde gran número de personas se congregan para comprar y vender las mercancías que necesitan para su vida diaria, dado que son consumidores natos y no productores directos. En las zonas urbanas y rurales el tianguis representa el lugar donde las unidades socioeconómicas familiares pueden vender algunos de los alimentos que producen y, al mismo tiempo, compran los bienes manufacturados y artesanales que necesitan.

El tianguis como mercado popular se constituye como una figura institucional de singular importancia económica a lo largo de la historia de México. Era y es ahí donde se establece y se crea una interacción económica eficiente en términos de organización social. En una descripción *a priori* de los tianguis, podemos afirmar que son sitios donde numerosas personas se congregan para hacer trueques o comprarse mercancías unos a otros, articulándose e interconectándose a través de una red de tianguis llamada circuito mercantil (Tasi y Wilsan, 2020). La historia nos ha revelado que se presentaron en una amplia gama de sociedades con o sin monedas convencionales y formas de dinero. Los tianguis en el México antiguo también se desarrollaron de muchas maneras, entre ellas la de circuitos comerciales regionales (Bonfil Batalla, 1973). En tiempos de la conquista se establecían grandes tianguis diariamente en ciudades como Tlatelolco, Texcoco y Tenochtitlan. En ciudades más pequeñas y poblaciones rurales los tianguis se realizaban en fechas alternadas, en ciclos de ocho y tres días. Todo ello operando en una red de circuitos mercantiles.

Donde fuera que tuviesen lugar, los tianguis siguen cumpliendo cuatro importantes funciones económicas en las sociedades que los han logrado sostener. Primera, los tianguis siguen siendo el medio principal para que las unidades socioeconómicas familiares se abastezcan de los recursos necesarios que ellas no producen. Esto se hace primordialmente mediante formas negociadas de intercambios que permiten a las unidades socioeconómicas familiares administrar sus propios sustentos de producción y reproducción. Segunda, los tianguis estimulan una gran cantidad de actividad económica independiente en el seno de las unidades familiares solidarias y proporcionan un excedente para la venta de bienes que son elaborados por hombres y mujeres. Los tianguis estimulan el desarrollo de una rica y diversificada economía artesanal. Tercera, el impulso económico del tianguis hace a este un punto de acumulación natural de mercancías puestas en venta. Los vendedores en pequeña escala traen consigo mercancías para venderlas a partir de una base diaria, mientras que otros venden mercancías a minoristas que las acumulan para revenderlas en pequeñas o grandes cantidades.

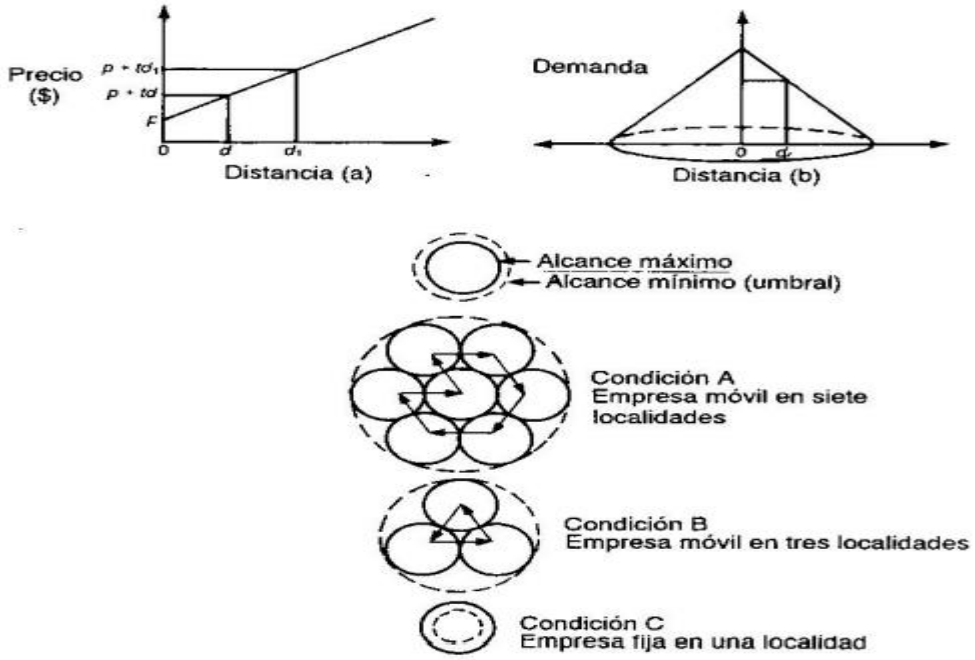
Estas observaciones nos ofrecen un panorama para poder entender la construcción del circuito mercantil como base operativa de los tianguis. Para visualizar esta idea será de utilidad recuperar la teoría del lugar central, propuesta por Walter Christaller y August Losch, y retomada por Plattner (1991), como uno de los ejes de la antropología económica en lo referente a las redes de intercambio, que trata de dar respuesta a la interrogante ¿dónde se localizan los mercados y cómo se relacionan entre sí? Este enfoque postula la existencia de una distribución y jerarquización de lugares centrales, lo que en esta investigación se ha representado con la idea de las *cabeceras regionales,* en un espacio de isotropía relativa. Sentaba las bases para explicar la organización de las redes urbanas en su relación con espacios urbanos y semiurbanos de menor jerarquía, teorizando las pautas de ordenación de los núcleos urbanos considerados como centros de servicios que equipan a la población circundante. Esta idea es la que remite a las regiones funcionales y sus respectivas cabeceras regionales articulando circuitos mercantiles macroregionales. Este enfoque teórico nos apoya en una visualización de las formas en que se van integrando los circuitos mercantiles en sistemas de regiones funcionales (Sáenz y Garza, 2019).

La teoría supone que toda actividad comercial de la población tiene motivos económicos, que la región funcional carece de barreras sociales o políticas contra el

comercio, y que los comerciantes pueden competir libremente de modo que los mercados surgen en respuesta a factores estrictamente económicos. (Plattner, 1991) Se mantiene como hipótesis imaginar una demanda constante de bienes y servicios igualmente distribuidos a lo largo de un territorio determinado. Así también, los miembros de la población realizarán sus actividades de consumo en el mercado más cercano. En consecuencia, los mercados que aparezcan en respuesta a la demanda estarán equilibradamente espaciados.

Esto tiene un significado especial por cuanto nos remite pensar en términos de la demanda de las mercancías distribuidas en el ámbito de una región funcional. El elemento básico de la distribución espacial de la demanda nos dice Plattner (1991), es el alcance máximo de la demanda de consumo de un bien. El concepto se refiere a la distancia más larga que recorrerá un consumidor para obtener una unidad de la mercancía por parte del vendedor. Dicho comportamiento se puede observar en la figura 1.1, donde precio y demanda del bien están determinados por la distancia. Todos los consumidores poseen idénticas funciones de demanda y que su consumo del bien depende exclusivamente de su costo real final. Este costo se compone del precio en el centro más el costo de trasporte desde el centro hasta el hogar del consumidor, lo cual se puede constatar en la figura 1.1.a. De esta manera, consumidores con demandas y costos de oportunidad idénticos, compran cantidades menores de la misma mercancía conforme mayor sea la distancia desde el centro, hasta que las ventas lleguen a un nivel de cero a cierta distancia a partir del centro. Dado que la densidad de población se relaciona en determinada forma con la distancia desde el centro, la cantidad total demandada puede expresarse en unidades de distancia a partir del punto central de suministro, al tiempo que el precio en el centro se mantiene en un nivel constante, lo cual se observa en la figura 1.1.b

Figura 1.1. Precio y demanda en función de la distancia



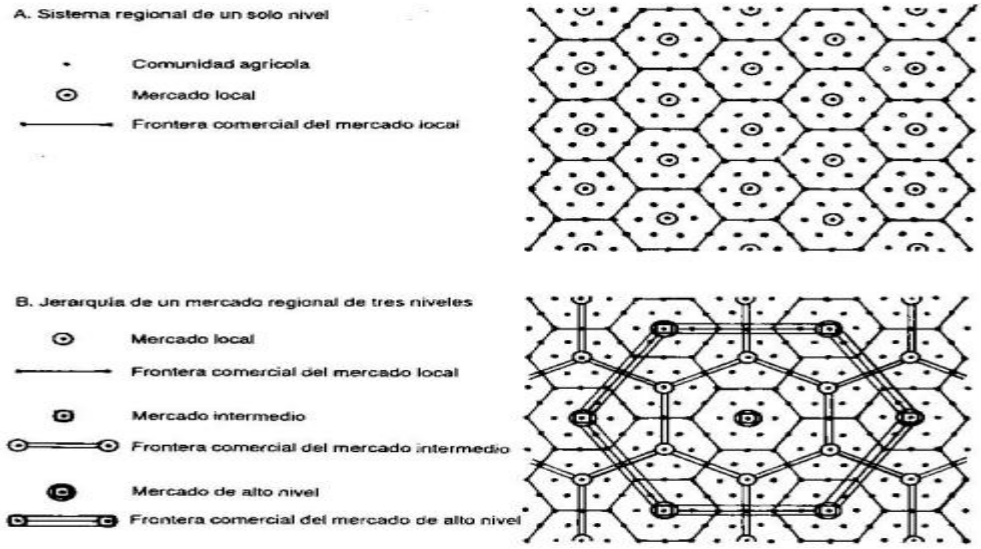
Fuente: Tomado del Libro de Stuart Plattner, Antropología económica (1991)

Continúa argumentando Plattner (1991) que, si el alcance mínimo de un bien es más pequeño que su alcance máximo, el vendedor puede instalar una tienda y ganarse la vida por medio de un establecimiento fijo. En el caso en el que los alcances mínimos son más grandes que los máximos, el emprendimiento no puede establecerse en un sitio fijo de tiempo completo y sobrevivir. En cambio, si el emprendimiento se hace móvil incrementa su población consumidora mediante el recurso de instalarse en un punto nuevo en el cual ofrecer sus bienes. El efecto es el de incrementar el alcance máximo de los bienes ofrecidos. En la condición A de la figura 1.1 C el emprendimiento tiene que visitar siete áreas de demanda para sobrevivir, en tanto que en la condición 1.1 B debe reinstalarse sólo en tres ocasiones y en la 1.1 C cuenta con la capacidad de permanecer fija en un solo lugar.

En la figura 1.2.a Plattner (1991) muestra un modelo esquematizado de un territorio ocupado por comunidades agrícolas en torno de comunidades comerciales locales. Este sistema de comercialización dispone de un solo nivel de mercados locales, que venden

bienes como productos frescos y herramientas elementales. Cuando la complejidad, nos dice Plattner, del sistema mercantil aumenta hasta contar con varios niveles, el modelo aparece entonces tal como se muestra en la figura 1.2.b. El nivel intermedio puede ofrecer bienes como ropa y maquinaria más pesada en tanto que el mercado de alto nivel puede proporcionar vehículos motorizados, bienes suntuarios y servicios legales.

Figura 1.2. El modelo de distribución regional del mercado de lugar central



Fuente: Tomado del Libro de Stuart Plattner, Antropología económica (1991)

Comenta Plattner que se debe notar que la disponibilidad de viajar del consumidor no varía: el radio de cada área de demanda local el alcance máximo sigue siendo el mismo. Sin embargo, las unidades familiares de cada lugar pueden comprar más bienes como resultado del incremento en sus ingresos. Las ventas del emprendimiento familiar pueden aumentar en cada sitio como consecuencia de una población más densamente asentada. Los costos del emprendimiento pueden disminuir o su noción de un ingreso mínimo aceptable puede reducirse. Cualquiera de estos casos puede afectar la movilidad de los emprendimientos familiares solidarios como unidades socioeconómicas familiares. Así, este modelo nos ayuda para representar las condiciones necesarias para la existencia y permanencia de emprendimientos familiares en el circuito mercantil de tiempo completo mediante el ofrecimiento de servicios de tiempo parcial a más de un área de demanda local. (Plattner, 1991)

El intercambio que se práctica en los tianguis del circuito mercantil de nuestras regiones funcionales pasa a ser periódico, tanto de tiempo parcial como de tiempo completo, lo cual permite mantener el ingreso que perciben las unidades socioeconómicas familiares en cuanto emprendimientos. En efecto, el ingreso se incrementa mediante la condensación del intercambio económico en periodos más cortos a través de la participación del emprendimiento familiar en los diversos tianguis que configuran nuestro circuito mercantil en las regiones funcionales.

La incorporación de este modelo al trabajo nos ayuda a tender un acercamiento a las modalidades racionales que asumen las unidades socioeconómicas familiares en tanto emprendimientos, en la toma de decisiones para poder tener presencia en uno o varios tianguis que conforman el circuito, dado que la distancia entre uno y otro tianguis se constituye en un elemento definitorio para entender la movilidad de los emprendimientos a través de las regiones funcionales que integran el circuito mercantil.

1.1.4.1 Territorio y circuito mercantil como espacio de producción y reproducción

Empecemos por considerar lo que entendemos por *espacio geográfico*. Este concepto lo podemos definir, de acuerdo con Milton Santos (citado en Montañez y Delgado, s.f.), como un conjunto indisociable de objetos y de sistemas de acciones. Los sistemas de objetos no ocurren sin los sistemas de acciones y estos últimos no suceden sin los primeros. El espacio es construido históricamente. Podemos pensar esta conceptualización como una noción que tiene sus particularidades, su propia idiosincrasia, que tiene cierta singularidad que no puede ser replicada, y que es el resultado de procesos históricos que son propios de un determinado lugar, que consisten en una serie de hábitos, costumbres, y de usos de la gente que lo habita y que le da esa singularidad que lo hace único y a su vez lo hace irrepetible.

En una línea paralela al concepto, en especial con el tema de la globalización, Santos (citado en Montañez y Delgado, s.f.) argumenta que el espacio geográfico es entendido actualmente como un sistema de objetos cada vez más artificiales, donde los mismos sistemas de acciones también van a estar igualmente imbuidos en esta artificialidad, entendida esta como algo exógeno, y que no constituye algo esencial, que en

realidad no contribuye realmente a darle algún contenido especial o una cualidad que tenga profundidad o sustancia referida al espacio. El propio contenido de la globalización no es propio del espacio, no le aporta elementos que le puedan ayudar a su caracterización.

Comenta Santos (citado por Montañez y Delgado, s.f.) que el número de objetos que componen la estructura de un espacio geográfico se han multiplicado exponencialmente. Comenta que en los últimos cuarenta años se vieron nacer sobre la faz de la tierra más objetos que en los anteriores cuarenta mil años. Esta cifra, que puede tener mayor o menor precisión, comprendida a grandes rasgos nos da una idea de la desproporción y del avance altamente significativo en términos numéricos relacionados con la cantidad de estos objetos que pasan a formar parte del espacio geográfico, pero que muchos de estos no son propios y no le proporcionan identidad.

Ahora bien, en cuanto al valor de los objetos que alguien pudiera en otro momento atribuir a la carga afectiva que se le podría asociar al valor histórico de un objeto, al valor en cuanto a la identidad que puede llegar a darle a una población a un lugar, va a ser aquí como un corte y una diferenciación respecto de ciertos fenómenos que antes ocurrían de una manera puntual pero que ahora esos objetos operan de un modo distinto. El valor de los objetos hoy día depende de su eficiencia de cómo contribuyen a la productividad y se insertan dentro de las acciones del mercado, y que a su vez van a tender a cierta unicidad, a igualarse, y va a resultar que por primera vez en la historia el hombre va a tener un sistema de objetos de todas partes del mundo.

Por su parte Coraggio (1979) considera que el espacio se debe entender como una determinación constitutiva —e inseparable— de las cosas y los procesos físicos mismos, o cuando decimos que estos son “espaciales”. El espacio es, pues, la condición categorial de lo extenso, pero no es extenso en sí mismo. El espacio no existe por sí mismo, igual que como ocurre con el tiempo, su momento fundamental es la dimensionalidad. Más adelante Coraggio (1979) argumenta que el espacio real es categoría de los objetos físicos —donde el término “objeto” no se limita a designar las “cosas”, sino también las relaciones, los procesos físicos—. Esto se expresa gnoseológicamente en que no pueden elaborarse sistemas teóricos, que den cuenta de los procesos físicos, sin una conceptualización acerca de la espacialidad de estos fenómenos. El espacio no es algo que esté “al lado de otros” objetos físicos, sino que es condición de existencia de estos.

El espacio de lo real es único —no hay un espacio físico, otro espacio biológico, otro social, etcétera —. La espacialidad de los diversos fenómenos varía con la naturaleza diferencial de los mismos. En particular, la espacialidad de los fenómenos sociales es indirecta y está basada en la articulación entre naturaleza y sociedad, pero con las leyes sociales contribuye a la construcción de la legalidad natural. Implica, asimismo, ver la espacialidad social como históricamente determinada y no como de carácter universal. En consecuencia, en el espacio pueden ocurrir y se sobreponen distintas territorialidades locales, regionales, nacionales y mundiales, con intereses distintos, con percepciones, valoraciones y actitudes territoriales diferentes, que generan relaciones de complementación, de cooperación y de conflicto.

Luego entonces debemos comprender cómo es que un espacio social forja al territorio como lugar físico donde diversos individuos conviven. Estos viven, por ejemplo, en un barrio donde cuando pequeños solían jugar, establecer que el barrio va de tal cuadra a tal cuadra, podrán recordar el lugar donde solían jugar pelota, donde pasaban sentados las noches para entablar conversaciones libres en las bancas y recordar todo ello, porque tuvieron acciones ahí donde se convivía, es decir, donde transcurría la cotidianidad y se forjaba la comunidad. Por lo que siempre van a tener recuerdos de los lugares donde vivían, donde interactuaban en esos espacios de vivencia cotidiana. Es el espacio donde pasaron los años de determinadas etapas del ciclo vital, y donde a lo largo de estos años se conocieron y fundaron lazos de amistad y confianza.

Cuando el espacio de cada calle o esquina empezaba a significar algo. Cuando el jugar pelota por las tardes, y ocupar los árboles como postes de porterías, empiezan a significar algo. Esto da el significado de la infancia, adolescencia y juventud de alguien, y así se van conformando múltiples símbolos. Estos son los procesos, al mismo tiempo sociales y simbólicos, que los individuos les dan significado a partir de sus vivencias. Esto suele ser denominado práctica social, que no es otra cosa que la interacción cotidiana entre los individuos y la calle, con las bancas, los árboles, con el espacio y su entorno.

Cuando definimos el espacio para sentarnos y platicarnos temas libres, o en la universidad los espacios para tomar un café, leer un libro, o simplemente para compartir momentos con los amigos y compañeros. Cada lugar, a partir de nuestra vivencia y del uso asignado, tiene un significado especial. Entonces un espacio social se define primero por

esas vivencias-interacción que le van a dar un sentido a este espacio físico, lo van a simbolizar de ciertas maneras. Luego tenemos el tema de los recuerdos, es decir, yo voy a recordar el lugar donde viví, pero también puedo "hacer una película" de otro tipo de recuerdos del mismo espacio. Cada uno de estos símbolos en el espacio está relacionado con las vivencias de la vida cotidiana, de una comunidad con identidad y sentido de pertenencia.

Con los anteriores argumentos podemos apoyarnos para abordar el concepto de *territorio*. Inicialmente decimos que toda relación social tiene ocurrencia en el territorio. Este territorio es el escenario de las relaciones sociales, de no ser así se entendería sólo como una extensión de tierra de tal o cual tamaño en la que no transcurren más que fenómenos de carácter natural. El hecho de que haya relaciones sociales le da a este espacio una singularidad, particularidad e identidad. También nos lleva a entender que un lugar es una circunstancia que a su vez es, como decíamos inicialmente, un espacio concreto en el que transcurren las relaciones sociales y donde esta dinámica posibilita la consecución o ejecución de procesos sociales, o entender cuáles posibilidades existen, pero siempre entendido como un espacio de poder en el sentido de que se puedan hacer cosas bajo la idea de control. Como estas cosas no se hacen a partir de la nada, y de hecho hay una base, no se parte de un punto cero. Decimos que todo el territorio es también una construcción social, hay ciertas reglas implícitas o explícitas que ya están entretejidas dentro de ese lugar y a partir de las cuales también ese dinamismo es causa de una u otra manera de aquello que ya está presente.

Los actores que conforman el territorio tienen una capacidad diferente para el ejercicio del poder. Los ejemplos son contundentes en cualquier sentido, se mire al territorio que se mire. En este sentido es que lo diferencial se entiende como la posibilidad de que ciertos actores, que van a tener mayor caudal de acción, ventajas o desventajas, según la situación en la que estén, por la construcción social en la que se encuentren, y por qué ese territorio también va a interactuar con otros territorios.

Esto último nos lleva a plantear la dimensión en que se especifica cada territorio. Cada espacio va a estar contrapuesto por distintas territorialidades que, en algunos casos, dibujados en lo local, nacional e internacional, donde se entremezclan distintos intereses, percepciones y valoraciones, es decir, actitudes territoriales diferentes. Todo esto genera

una serie de complementaciones que pueden ser o más armoniosas o conflictivas, según la característica de cada uno, y según, dentro de toda esta inmensa complejidad, todos los actores que también intervengan, justamente por un nivel u otro, que transcurre al interior y en la interconexión de distintos territorios es que podemos decir que ningún territorio es, de hecho, en cuanto a su definición, un espacio fijo, sino que se le describe como un espacio en movimiento altamente mutable. Podríamos añadir momentos de desequilibrio en el territorio, dado que el equilibrio, la armonía posible, que pudiese llegar a lograr, queda de hecho vulnerable ante la participación o aparición de otro territorio que le pueda ejercer fuerza, poder, coerción, hasta cierta amenaza para mantener su equilibrio.

Esto nos conduce a destacar en el territorio el sentido de pertenencia e identidad, que sólo adquieren existencia real a partir de su expresión de territorialidad. Un sujeto, al no pertenecer a un lugar, no formar parte de este, tiene necesariamente que generar un sentimiento de pertenencia o una sensación de sentimiento de lealtad hacia ese lugar. De hecho, es una posibilidad que se gesta y que toma forma en la medida en que participa activamente en aquello que transcurre dentro de un territorio en estas construcciones sociales que le son inmanentes a un territorio. Se relaciona con otros actores, con diferentes instituciones, como puede ser una institución educativa o un mercado —en el sentido físico y territorial del término—, o un tianguis en la construcción misma de su personalidad, de su identidad, que transcurren y forman parte de la dinámica del territorio, por lo que hay ahí un nexo arraigado, un nexo profundo, y por el cual un actor social, o un conjunto de individuos, van a sentir pertenencia en la medida en que hay algún tipo de igualdad entre sujetos sociales y fenómenos socioeconómicos que transcurren tanto en su contexto como en su propia persona.

La territorialidad entonces se asocia con apropiación, y esta con la identidad y la afectividad espacial. Estos componentes, por llamarlos de alguna manera, confluyen, cohesionan, para permitirnos entender a este territorio como un lugar concreto material, abstracto y lejano, se le puede subjetivar, llenar de cualidades subjetivas y humanas en la medida en que sobre este territorio transcurre una diversidad de fenómenos que tienen que ver con lo relacional. Dicho esto, Coraggio (2011) argumenta que son los actores los que inciden en el territorio y destaca el papel que juegan en la economía solidaria en cuanto a su construcción como territorio. En dicha reflexión, indica la necesidad de pensar al territorio

de manera compleja, como un todo complejo natural, que incluye a la población y sus asentamientos, como una especie particular de la vida. Esto permite entender los comportamientos de los seres humanos, incorporando los conceptos de comunidad y sociedad como componentes del territorio, que se vuelve así una categoría abarcadora y abarcada, donde procesos naturales y sociales se traslapan.

Es decir, pensar el territorio tiene que ser una tarea dialógica y continua, donde está continuamente siendo producido por la interacción entre individuos, y los individuos producidos por el territorio existente. Pensar el territorio desde esta perspectiva apela a la complejidad y riqueza de lo real, que sería empobrecida por una teoría que además llevaría a intervenciones mal orientadas. De esta manera el territorio debe ser entendido como un complejo territorial de producción y reproducción (Coraggio, 2011), en donde se encuentran e interactúan los sujetos sociales en lo individual y en lo colectivo.

Desde la perspectiva de Coraggio (2011) se toma en consideración a los actores que inciden en el territorio y el papel de la economía solidaria en la construcción de este. Dentro de la tarea de pensar el territorio se plantea utilizar la conceptualización *producción social del territorio*, para ofrecer un análisis de la economía solidaria sobre el territorio. La producción social del territorio está ligada a actores heterogéneos que conviven dentro de un espacio con geografías diversas, la imbricación de relaciones y acciones dentro del espacio que producen cambios en el entorno, las cuales pueden ser percibidas física o intangiblemente. Desde los cambios macroestructurales de infraestructura, como puentes, carreteras, tianguis, hasta aquellas expresiones de recuperación de espacios públicos, grafiti, reforestaciones, ocupaciones de espacios o intervenciones urbanas, son producciones territoriales emergidas de una disputa de relaciones de poder insertas en un ámbito territorial.

Los actores principales dentro de la producción social territorial, explicados por Coraggio (2011), son tres: Estado, Capital y los Sectores Populares, cada uno con distinta lógica de funcionamiento. Coraggio (2011) menciona que el Estado tiene un principio jerárquico territorial de organización. Es el resultado de procesos ecológicos, políticos, sociales, económicos y culturales, y tiene una gran inercia y resistencia al cambio. Por su parte el capital tiene una relación mediada por los flujos de valor, información y productos. El capital fetichiza al territorio como un valor de uso-medio de producción, o valor de uso-

depósito del que extrae medios de producción o trabajo, o en el que vierte sus residuos. Su tendencia es superar todas las barreras territoriales, y también a homogeneizar los territorios. Los sectores populares tienen una lógica de búsqueda de condiciones de reproducción de la vida en sociedad subordinadas a las fuerzas del Estado y del capital. (Coraggio, 2011)

Empero lo anterior, hace falta complejizar el rol de los actores en el proceso de producción del territorio para poder entender el cómo se entraman las relaciones de poder. Ni el Estado, ni el capital, ni las clases populares son monolíticos ni mucho menos homogéneos. De hecho, tienen características y contradicciones internas, pueden ser modificadas y se encuentran en constante transformación. Coraggio (2011) hace el análisis de la afirmación anterior, indicando que los sectores populares actúan de manera no uniforme. Las estrategias de reproducción de las unidades domésticas populares se ubican en el campo compartido con las lógicas del sistema interestatal y del capital global, señalando que dicho sector se encuentra inmerso en una construcción social con otra lógica. La relación con los centros de venta o de compra, con los lugares de trabajo, los desplazamientos para ir a la escuela o a establecimientos de salud, están muy pautados tanto por la lógica ordenadora de la administración pública y sus políticas, como por requerimientos de rentabilidad del capital. (Coraggio, 2011)

El territorio, como hemos visto, es producto de un proceso histórico que cambia con el paso de los años o de los siglos. En términos teóricos y pragmáticos es fruto de un proceso social en constante construcción y reconstrucción. Es aquí donde se entiende que un territorio es un espacio social construido por sus habitantes que interactúan en su interior, donde construyen estrategias de sobrevivencia en un ámbito de producción y reproducción. Esta conclusión nos puede generar más interrogantes que respuestas. Sin embargo, nos permite entender el espacio social y cómo este se construye para convertirse en un territorio, que se articula con otros territorios a través de los circuitos mercantiles y de otras características. Es importante caracterizar estas articulaciones de los circuitos mercantiles en los espacios territoriales dado que nos pueden orientar para entender las diferentes dinámicas de los grupos sociales populares.

En las últimas tres décadas hemos presenciado la expansión de las actividades de la economía popular en los territorios de los países en desarrollo, concretizada en los

constantes flujos y distribución de mercancías, rutas y territorios que se circunscriben en los circuitos mercantiles populares. Grupos de comerciantes, pequeños productores, vinculados a la economía popular han trazado dinámicas interesantes de control del territorio.

En un contexto donde la economía popular ha sido delimitada a mercados populares y en regiones funcionales, resulta prometedor explorar las múltiples articulaciones territoriales, las rutas de distribución y consumo, y los centros económicos populares regionales —tianguis—. Es de mucha ayuda evidenciar cómo la expansión de las capacidades de operación de las unidades socioeconómicas familiares refleja mecanismos emergentes que se materializan en territorios socioeconómicos conformados en redes y organizaciones, para asegurar la reproducción del núcleo familiar. La dinámica de la economía popular en centros y espacios populares regionales conforma prácticas de distribución popular. A partir de conocimientos, redes y contactos de diversos actores populares utilizados como enlaces para expandirse hacia otros mercados vecinos y relativamente distantes.

Al intentar realizar un seguimiento de los diferentes caminos de la economía popular, a través del circuito mercantil, nos proporciona de manera clara la visualización de mercados, posibles centros de producción, circuitos de distribución, centros de acopio vinculados a las dinámicas de la economía popular, que nos permitieran identificar el alcance y las características de las formas en que despliega y opera la unidad socioeconómica familiar en cuanto a sus estrategias de sobrevivencia. De esta manera entender los flujos, el tipo de mercancías, las rutas y los actores de ese tipo de economía popular regional nos facilita contextualizar su modo de operar en cuanto a sus estrategias de reproducción de sobrevivencia. (Tassi y Poma, 2020)

Mirar el contexto territorial por medio de los circuitos mercantiles, en el entramado de la región funcional y/o de las integraciones regionales, nos permite clarificar las conductas de los actores de la economía popular expresadas en unidades socioeconómicas familiares, que se perfilan a identificar prácticas solidarias llevadas a efecto en el tianguis, así como procesos de expansión de su radio de operación en los tianguis a lo largo de los territorios y de las regiones.

El tianguis ha sido el mecanismo idóneo que ha facilitado la incursión de actores económicos populares a través de emprendimientos familiares de sobrevivencia. Estos

emprendimientos familiares tienen una participación cada vez más pronunciada en los circuitos mercantiles de comercialización y distribución de bienes, logrando cubrir diferentes tipos de demandas y a veces alimentando procesos inesperados de creciente socialización en los territorios y de los sujetos sociales que en ellos habitan. Como resultado de lo anterior la economía popular se presenta operando como un mecanismo de funcionalidad que traslapa, de forma lógica, a los intereses y las modalidades de operación de las unidades socioeconómicas familiares, lo que se percibe es un proceso de expansión, complejización y reposicionamiento de la economía popular en los diferentes tianguis regionales.

La configuración del circuito mercantil en el territorio, al reposicionar los espacios como mercados y tianguis económicos populares, que van reproduciéndose a lo largo del territorio, nos da cuenta de la capacidad, por parte de los actores económicos populares, de abarcar una multiplicidad de espacios, lo que se materializa en un proceso de reconfiguración espacial con la creación de mercados eminentemente populares, organizados para alimentar una economía de subsistencia, que se vuelve referente de la economías nacional y regional. Este proceso de crecimiento y complejización de la comercialización popular se refleja en procesos de regionalización donde operaran las unidades económicas domésticas que se vinculan a la distribución de mercancías en el contexto de la economía popular.

Los circuitos mercantiles que se regionalizan y que operan en diferentes territorios se adaptan a las necesidades de la economía popular. Además, logran construir articulaciones entre múltiples territorios, lo que implica la materialización de estructuras de distribución popular de gran importancia. La tendencia de estas articulaciones de distribución popular en los circuitos mercantiles se apoya en los encadenamientos que realizan las unidades económicas familiares, como los principales protagonistas de intercalarse a lo largo del territorio en su modalidad organizativa y formas de funcionalidad ancladas en las dinámicas de los sectores populares. Ello permite evidenciar espacios novedosos en la economía regional con unos circuitos mercantiles de distribución anclados en los mercados y tianguis.

Estos circuitos mercantiles han ido alimentado un proceso muy común en la economía popular que, con su flexibilidad y elevada capacidad de adaptación, logran reconfigurar en

breve plazo centros de comercialización, fronteras y rutas debido a los mayores o menores controles. El proceso expansivo de la economía popular, a través de las unidades económicas familiares, que ensanchan su radio de operación más allá de lo local, en los circuitos mercantiles de distribución que articulan regiones y ciudades intermedias, y que reconfiguran las formas convencionales de la distribución, también materializa articulaciones regionales entre grupos, territorios y organizaciones que se van encadenando a lo largo del espacio geográfico.

La investigación nos permite puntualizar un proceso expansivo de las unidades económicas familiares populares, que no necesariamente parece fundamentarse en la integración a la gran empresa, sino en unas capacidades de articular diferentes territorios, generando circuitos mercantiles, 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 hegemónicos. Este conjunto de elementos evidencia cómo las unidades económicas familiares se han vuelto en una parte constitutiva de las dinámicas económicas de los territorios al punto que cada vez es más difícil pensar o teorizar los procesos socioeconómicos regionales sin tomar en consideración sus formas de ser, producción y reproducción.

1.1.4.2 Las regiones y el circuito mercantil: estructura y diseño de la región funcional

Aquí se hace la presentación del diseño de la región funcional como un concepto instrumental valioso para la investigación que realizamos. Se debe tener en cuenta que se va a proponer una región bajo un criterio común que puedan compartir las unidades de análisis, en nuestro caso refiriéndonos a las unidades socioeconómicas familiares, considerándolas tanto como familias nucleares y también como familias extensas, en congruencia con las unidades socioeconómicas familiares (Borsotti, 1978).

El concepto de región nos remite a subdivisiones del espacio geográfico nacional, o inclusive del espacio local. Las regiones se entienden como sistemas territoriales en permanente interacción con otras regiones y con otros territorios, caracterizados porque empiezan a tener ciertas particularidades que les permite distinguirse de otras regiones y donde también se va construyendo una identidad económica, cultural, social y política. Debemos reconocer que una región se puede consolidar de tal o cual manera que

comprenda tales o cuales territorios. Aquí cabe cuestionarnos sobre cuáles son las condiciones o los parámetros que se pueden pensar en una región determinada. Por ejemplo, para la región del altiplano se debe cuestionar por qué el altiplano, ubicado en el centro del país, no comienza un poco más allá, por qué empieza en tal o cual municipio, cuál es la condición, cuál es el parámetro que nos lleva a entender el criterio que permite formar una región. Sin lugar a duda, una cuota de arbitrariedad, que no es menor, depende del consenso que se establezca en la interacción de los intercambios entre distintos actores que pertenecen a distintos territorios. De allí pueden surgir una serie de acuerdos para hacer una subdivisión de un territorio que es sumamente extenso —bajo un criterio de homogeneidad relativa que es central en el diseño y definición de una región— y que puede ofrecer algún tipo de practicidad. Es este criterio de homogeneidad lo que las diferencias de otras regiones, por lo que establecen una constantemente interacción de complementariedad con ellas. Estas regiones a su vez son espacios geográficos que además de pertenecer a una nación tienen un contenido socioeconómico, cultural e histórico específico.

De acuerdo con Coraggio (s.f.), quien propone un diseño metodológico de la región desde la perspectiva de la economía social solidaria (ESS), para determinar áreas territoriales de homogeneidad relativa, ya sea de las relaciones entre agentes y medios, o de ciertos atributos de estos últimos. Al aceptar la denominación usual de “áreas homogéneas”, se afirma que esas áreas constituyen segmentos continuos del territorio en los que se localizan, durante el período analizado, agentes o medios involucrados en un mismo tipo de relaciones —áreas de producción agrícola-campesina—, o un mismo nivel o calidad de atributos —áreas ocupadas por ciertos grupos étnicos, áreas que contienen familias de un ingreso anual similar, áreas cuya producción dominante es la misma, etcétera—. Por lo que dice Coraggio (s.f.), se denomina región a esos ámbitos o áreas, definidos a partir del dominio territorial particular de una relación de acoplamiento o de una relación de semejanza. Estructuras y procesos sociales que nos llevan a considerar a la colectividad asentada en el ámbito definido como región, como un complejo social-natural, donde no sólo hay agentes sociales y sus relaciones, sino también elementos naturales relacionados a través de procesos ecológicos, y asimismo un sistema de relaciones sociales de apropiación de los elementos naturales por los elementos de la sociedad. Este complejo concreto tiene como ubicación una determinada región, cuya configuración, extensión,

posición relativa, son determinaciones espaciales, cuya lógica debe descifrarse desde las leyes que regulan los procesos sociales.

Afirma Coraggio (s.f.) que, en lo que hace a la relación entre naturaleza y sociedad, debiéramos postular que se trata de dos objetos separables, externos entre sí, que entran en relación de tal o cual forma. Podríamos ahora afirmar que si bien en tanto ubicación la región no tiene en sí misma contenido, en una segunda instancia, vista como segmento del territorio concreto, tiene un contenido propio dado por su suelo, su topografía, su clima, sus recursos minerales, etcétera, y que se deben establecer las relaciones que se dan entre esta "región material" y los procesos de la sociedad que se ubican en esa área. El hecho de que conceptualicemos la relación entre lo social y lo natural como órdenes diversos del ser, por un lado, pero que al referirnos a formaciones sociales concretas consideremos que lo natural no es algo que subyace "debajo" de lo social, sino que interactúan ambas dimensiones.

Otra propuesta interesante sobre la región es la que realiza Sánchez (2001) desde el punto de vista de la geografía económica. Considera que la región económica puede clasificarse en base a tres ejes que la llevan más allá de una visión estructural típica: El espacio-recurso: la región económica como el espacio de la producción. El espacio-superficie: la región económica como el espacio de la localización y los intercambios. El espacio-producto social: la región económica como el espacio de las redes y las relaciones formales e informales (Sánchez, 2001).

En la segunda acepción, en donde se entiende la región económica como el espacio de la localización y los intercambios, nos adentraremos en una escala regional local en donde buscaremos escudriñar las prácticas solidarias que realizan las unidades socioeconómicas familiares, en el circuito mercantil y en el tianguis, como formas de construcción de identidad territorial alrededor de valores, costumbres y tradiciones. La región la entendemos como un espacio de estratificación en su complejidad cultural, pero también como espacios de producción y reproducción de los rasgos socioculturales identitarios, mediante formas locales de comunicación y participación de los sujetos integrantes de las unidades socioeconómicas familiares.

Consideramos que la región, entendida como espacio-superficie, la región económica como el espacio de la localización y los intercambios, es la base para efectuar

análisis sobre la dinámica que ejercen las unidades socioeconómicas familiares en su entorno regional. De lo cual podemos introducir el concepto de región funcional (SEDATU, s.f.; Sánchez, 2001; Sáenz y Garza, 2019). De acuerdo con Sánchez (2001) la región funcional se define, en su versión más elemental, como el área de influencia de la ciudad, que se erige así en núcleo rector de la estructura espacial de la economía por su doble condición de foco industrial/artesanal y centro de servicios, es decir, en foco de las actividades socioeconómicas. La región funcional se considera el ámbito urbano y semiurbano donde las unidades socioeconómicas domésticas se abastecen de una parte sustancial de los factores productivos que utilizan, del mismo modo que esas unidades adquieren la totalidad de los bienes y servicios que consumen: autocontenido, diferenciación, estructuración, autonomía e integración son vectores que, para Auriac (1986), definen a la región funcional.

Puede afirmarse, por tanto, que la región funcional se distingue porque, en su interior, los intercambios socioeconómicos son más intensos que entre ese territorio y el exterior y su límite, que puede ser cambiante e impreciso y que viene dado por el punto donde estas relaciones decaen por debajo de un umbral determinado y comienza el área de influencia de otro centro urbano configurador de otra región funcional próxima. Sobre su problemática delimitación y sobre su capacidad conceptual para captar la tupida red de relaciones que los espacios de diferentes escalas mantienen entre sí, en un contexto de interdependencia espacial creciente y poliédrica, versan algunos de los debates metodológicos más arduos en torno al concepto de región funcional (Auriac, 1986; Ruiz Urrestarazu, 1989; Bailly, 1997; Thisse, 1997). Empero, lo que no se cuestiona es su capacidad de contener, organizar y distribuir las actividades socioeconómica en los espacios regionales, que es justamente lo que nos resulta útil para explicar las articulaciones entre regiones funcionales.

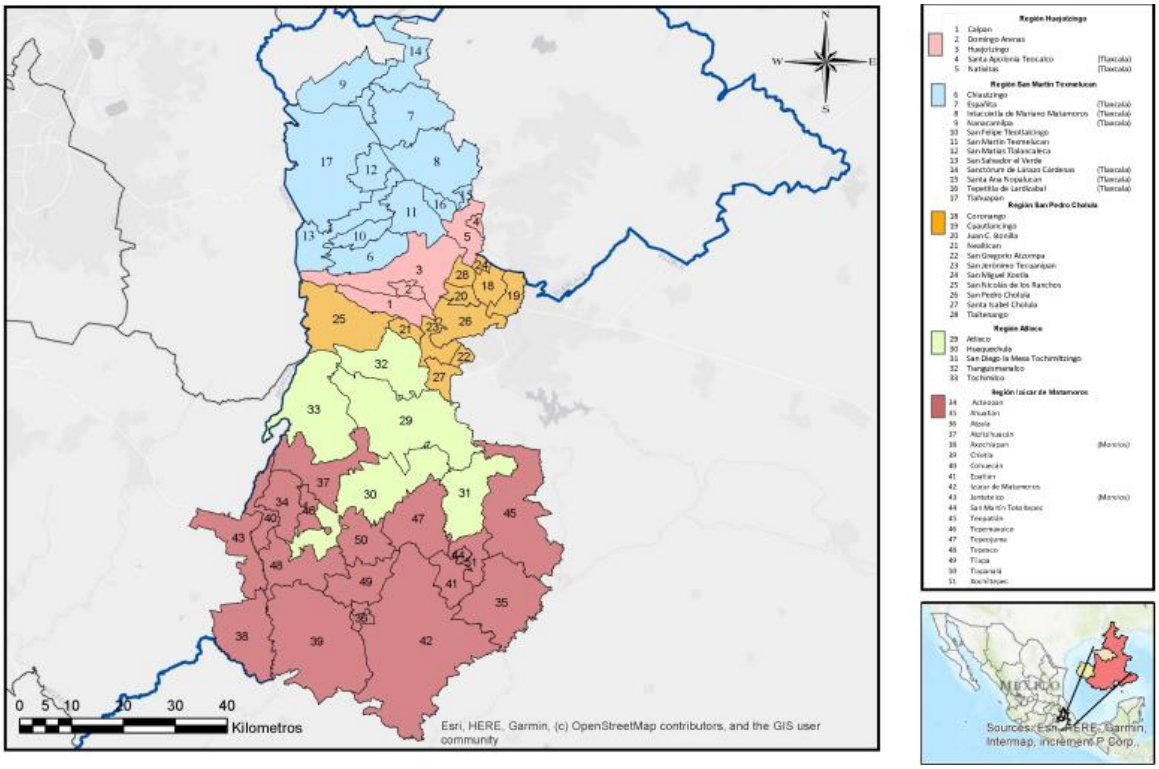
Por lo que podemos argumentar que una región, que está específicamente dividida o ubicada para un conjunto de funciones, se le puede nombrar región funcional: está formada por una ubicación específica y un área que la circunda. Podemos entender la región funcional como el área en donde se establecen relaciones estrechas, sociales y económicas, que pueden o no sobrepasar —nunca más allá de ciertas distancias consideradas como funcionales dentro de la lógica socioeconómica—, por su interdependencia, vinculación y

límites territoriales. Para diseñarla y establecerla, en nuestro caso, la entendemos conformada de municipios que se articulan en las actividades socioeconómicas de relativa homogeneidad que se establecen en una región funcional. Dentro de ella, los municipios interactúan de forma fuerte o débil, delimitando otras unidades menores de áreas: nodos de articulación regional. Las relaciones que se dan son de diferentes órdenes y sus vinculaciones están relacionadas con los conectores y atractores, términos que provienen del análisis de la región vista como subsistema de un sistema mayor.

Proponemos para la investigación el diseño de un espacio regional que se compone de cuatro regiones funcionales que configuran un circuito macrorregional agrícola, mercantil, productivo —primario de base campesina e integrado en el circuito mercantil, terciario con distintos servicios, secundario de base maquiladora, laboral/migratorio internacional— en donde las unidades socioeconómicas familiares ponen en operación sus prácticas solidarias y sus formas de economía popular. Las regiones son: la de San Martin Texmelucan —compuesta de seis municipios—, la de Huejotzingo —compuesta de cinco municipios, dos de ellos en el estado de Tlaxcala—, la de San Pedro Cholula —integrada por catorce municipios—, y la de Atlixco —compuesta por diez municipios— —véase figura 1.3[7]—. Por territorio funcional entendemos la regionalización construida a partir del análisis de redes de circulación, flujos de personas, bienes e información económica y social, la cual se orienta a la determinación de estructuras económicas caracterizadas por convergencias de interacciones de diferentes órdenes entre la población y sus fuentes de empleo. Así, el grado de integración espacial entre los principales nodos de población, pero, sobre todo, las interdependencias sociales y económicas entre ellos, resultan indispensables para determinar la lectura funcional del territorio.

7 En la figura 1.3., se incluye la región funcional de Izúcar de Matamoros. Esta región, si bien no forma parte de esta investigación, se tiene en consideración porque integra un *eje maquilador* que la investigación de Huberto Juárez (2004) identificó desde la región de San Martín Texmelucan hasta la de Izúcar de Matamoros. Nosotros agregamos que este eje, que aquí entendemos como *circuito*, también incluye un circuito migratorio que se extiende por las regiones mencionadas y por la zona sur del estado de Tlaxcala (Macías, 2004), lo que contribuye a configurar la zona metropolitana Puebla-Tlaxcala.

Figura 1.3. Territorio Funcional de estudio: San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco



Fuente: Elaboración propia con base en información del INEGI.

Por otra parte tenemos que al interior de nuestro territorio funcional se encuentra integrado el circuito mercantil regional que se refiere a múltiples flujos interconectados, definidos por Razeto (1994) como conjunto de relaciones económicas estructuradas como encadenamientos de flujos que tienden a ser recurrentes y, en este contexto, se presentan como la esencia misma del proceso de circulación en el que se reconocen y definen las relaciones de comensalía —familiares—, cooperación —trabajadores—, donación —organizaciones sin ánimo de lucro, organizaciones de economía solidaria, empresa privada, y Estado—, compensación o reciprocidad, tributación, intercambio —organizaciones sin ánimo de lucro, empresa privada y entidades crediticias— y de efectos redistributivos —Estado—.

Entre las principales características de la región funcional es que se trata de un área que consta de una ciudad media y poblados pequeños o ciudades menores que la rodean. La región está vinculada al punto central por sistemas de transporte o comunicación o asociaciones económicas o funcionales. Muchas personas viven en una población y trabajan

en otra porque forman parte de la misma región funcional o de regiones funcionales vecinas que interactúan de múltiples formas. Funciona y trabaja como parte de un sistema económico y social donde las unidades socioeconómicas domésticas interactúan a través de distintos mecanismos de intercambio, entre otros el tianguis —igual que los centros laborales, los centros educativos, los centros religiosos, los centros de recreación— como un espacio de interacción socioeconómica relevante. El propósito de las ubicaciones funcionales es observar y analizar la estructura y los quehaceres de la comunidad dentro de determinados espacios. La accesibilidad y el aislamiento se miden en términos de distancia de costo, distancia de tiempo, o a través de una red de transporte. Estas distancias se miden desde ejes especiales por lo que la región funcional se define en general por un conjunto de actividades, conexiones o interacciones.

En el contexto de los planteamientos desarrollados hasta aquí podemos caracterizar nuestra región funcional de estudio. Se trata de la región de Huejotzingo que puede considerarse una región histórica de distintas maneras. La región de Huejotzingo está llena de símbolos que se viven, lo cual se puede enriquecer con un pasado reconstruido a partir de recuerdos de otros, y enriquecerlo también con otros recuerdos. Esta era una región indígena. En las regiones con características indígenas son las personas mayores las que recuerdan los ríos, los que definen la región, los ancestros cazaban en estas montañas, iban por estos ríos y pescaban. Entonces puedo tener como referencia una vida cotidiana donde pesco en el rio, en la que voy al monte a cazar. Está impregnada de vivencias, como las del barrio que es comunidad y que tiene las vivencias de los antepasados. A partir de estas vivencias se establece una imagen del espacio en que está contenida la región.

El espacio regional se forma a partir de vivencias y recuerdos que surgen de un tercer elemento que es el conocimiento que alcanzamos en ese espacio de vivencias. Por tanto, postulamos que los espacios socioeconómicos como el tianguis se configuran como los espacios sociales donde solíamos realizar nuestras compras y podíamos interactuar con diversos agentes. El tianguis es un espacio articulador donde se estructuran relaciones sociales mercantiles pero también de ayuda mutua, se intercambian bienes de forma monetaria y también por trueque, esto funciona como mecanismos económicos de subsistencia y, en algunos casos, como generadores de nuevas relaciones sociales y como rasgos culturales de sociedades indígenas y campesinas que caracterizan al territorio como

un contexto de economía nacional impactada por procesos de globalización económica y cultural. Por lo que los tianguis y los mercados —entendidos aquí como espacios sociales— que construyen un sistema de intercambio regional centralizado y al mismo tiempo local, constituyen los espacios económicos donde se articula la economía campesina-indígena con la economía nacional y global. Esta red de tianguis-plaza es la que realmente funciona como aparato de distribución e intercambio de bienes para los sectores más desprotegidos —indígenas, campesinos, sectores populares, clases medias bajas—.

El tianguis significa para artesanos y productores, campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala, una importante opción de venta de bienes, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas, y con ello la reproducción de unidades económicas domésticas. Así el tianguis en la región es un espacio social, económico y cultural, por eso es necesaria la aproximación desde la antropología económica que ve al mercado como espacio sociocultural, y no como lo ve la economía tradicional: algo solamente económico, dentro de una racionalidad económica, como parte de una elección racional como dice la teoría sociológica (Coleman, 2011). El tianguis se conforma en un espacio para economizar y optimizar recursos escasos para el abastecimiento de bienes, por lo que se recurre a distintos sistemas de intercambio, constituyéndose así una institución económica de base popular.

1.1.5 Emprendimiento de sobrevivencia y Unidad Socioeconómica Familiar

1.1.5.1 La Unidad Doméstica y la Unidad Socioeconómica Familiar.

El punto de partida de este apartado es considerar elementos argumentativos para entender la unidad socioeconómica familiar, es decir el grupo familiar como familia solidaria y como una unidad de producción y de reproducción. Una primera noción es que a esta unidad socioeconómica la podemos visualizar como un dispositivo de producción y consumo, esto es, el conjunto de sujetos sociales que habitan bajo un mismo techo aportando trabajo para alcanzar un ingreso económico común resultado de un esfuerzo colectivo de los integrantes del hogar emparentados por vínculos de sangre, adopción o matrimonio.

Paulatinamente han ido surgiendo nuevas tipologías familiares que marcan ideales frente a la concepción de familia que se ha tenido socialmente en la historia. Según Torres, Ortega, Garrido y Reyes (2008), la familia es un sistema de interrelación biopsicosocial que media entre el individuo y la sociedad y se encuentra integrada por un número variable de individuos, unidos por vínculos de consanguinidad, unión, matrimonio o adopción. Para Flaquer (1998) la familia es un grupo humano cuya razón de ser es la procreación, la crianza y la socialización de los hijos. Por otro lado, Alberdi (1982) subraya que la familia es el conjunto de dos o más personas unidas por el matrimonio o la filiación que viven juntos, ponen sus recursos económicos en común y consumen juntos una serie de bienes. En esta línea se vislumbra una visión de familia que lucha por el bienestar de todos sus integrantes proponiéndose como meta interna la potencialización de las diferentes dimensiones: afectiva, económica, psicológica, social y de consumo.

Ahora bien, desde el punto de vista sociológico la familia según Páez (1984) es un grupo de personas entrelazadas en un sistema social, cuyos vínculos se basan en relaciones de parentesco fundados en lazos biológicos y sociales con funciones específicas para cada uno de sus miembros y con una función más o menos determinada en un sistema social.

La familia simbólicamente representa un lugar por excelencia de la acumulación de capital de diferentes nominaciones y de la transmisión entre generaciones, por ello es el sujeto principal de las estrategias de reproducción. Esto puede observarse en la abdicación del nombre de familia, el apellido, elemento principal del capital simbólico hereditario que conforma la base fundamental para la transmisión del patrimonio, el conjunto fundamental del capital económico y simbólico.

Por lo que la familia práctica estrategia de reproducción familiar que las entendemos como el conjunto de prácticas de subsistencia, contención familiar, de diferenciación y ascenso por medio de las cuales las familias tienden de manera consciente o inconsciente a conservar o aumentar su patrimonio, y correlativamente a mantener o mejorar su posición con relación al propio ámbito económico, así como a su propia relación respecto a su posición en la estructura de las relaciones de clase.

Entonces ¿qué tipo de solidaridad buscamos en la familia?, la solidaridad de la vida, que en palabras de Pliego (2015) significa que los miembros de la pareja comparten recursos propios que consideran importantes en su vida cotidiana para fomentar el bienestar

de los hijos comunes. Son recursos de tipo emocional, moral, funcional; actividades y material que mejoran las condiciones humanas, lo cual se brinda como consecuencia de un sentimiento profundo de aprecio y con la conciencia de compartir una identidad y un destino comunes. Lo cual hace que este tipo de solidaridad familiar sea diferente a las demás solidaridades de índole circunstancial, donde las personas no comprometen recursos fundamentales de su propia vida; o bien donde las ayudas y los procesos de cooperación están motivadas por lógicas de interés político o económico.

Entendemos por familia solidaria un sistema que se transforma a partir de la influencia de los elementos externos que la circundan los cuales modifican su dinámica interna. La estructura familiar solidaria es el conjunto invisible de demandas funcionales que organizan los modos en que interactúan los miembros de una familia, y que las relaciones e interacciones de los integrantes están condicionadas a determinadas reglas de comportamiento como vínculos de afectividad mutua, mediada por reglas, normas y prácticas de comportamiento solidario entre sus integrantes, ésta tiene la responsabilidad social de acompañar a todos sus miembros en el proceso de socialización de la solidaridad de vida.

La unidad socioeconómica familiar la podemos considerar como un ámbito social donde sus integrantes se organizan, en armonía o dentro de eventuales conflictos, en diversas actividades necesarias para la producción y reproducción de la vida cotidiana. Unos trabajan para que otros estudien, y otros se hacen cargo de las labores domésticas para que aquellos trabajen fuera o estudien. Quienes no reciben ingresos necesitan de los recursos económicos de los otros para subsistir, pero también los que los reciben requieren de los bienes y servicios producidos en el ámbito doméstico, fundamentales para la manutención cotidiana (De Barbieri, citado en García, 1983).

Esta noción nos obliga a considerar un aspecto importante vinculado con la reproducción: la solidaridad familiar, en forma de prestaciones, de ayuda, y de apoyos mutuos brindados o recibidos entre miembros de una familia, y formas de solidaridad que trascienden los ámbitos espaciales propios de la unidad doméstica. (Margulis, 1981) El concepto de reproducción lo consideramos en un sentido amplio. Se refiere a la reproducción de la unidad doméstica como estrategia compartida y solidaria de sus

miembros, con objeto de lograr la continuidad en el tiempo de la misma unidad doméstica y de la familia. Tales estrategias se articulan como aspiraciones y posibilidades de progreso. (Margulis, 1982)

El concepto de unidad doméstica permite observar las relaciones sociales que movilizan las energías y los recursos de los agentes que participan en las actividades de producción y reproducción que se establecen entre los miembros, esto sobre la base de los lazos de parentesco que activan los principios de interdependencia y solidaridad familiar impulsando las acciones necesarias para su supervivencia colectiva. La unidad doméstica, como concepto portador de las condiciones de reproducción de su grupo social, obliga a sus miembros a trabajar y a entregar en ese colectivo una parte de su trabajo en el mercado de trabajo o fuera de él, sintetiza también los determinantes que se conjugan para imprimir un sentido específico a la dinámica social. Cumple esta función de manera general y abstracta, en su calidad de unidad de reproducción, pero, en forma más específica, también la interacción de los soportes biológicos y sociales de la capacidad productiva y de las condiciones inmediatas de la producción que convienen a la unidad doméstica. (Pepin y Rendón, 1989) Algunas investigaciones la han caracterizado a través de dos dimensiones: la sociodemográfica y la socioeconómica. Se habla de la unidad doméstica como el conjunto de individuos que habitan bajo un mismo techo, y que integran y disfrutan de un presupuesto común (García, Muñoz y Oliveira, 1989).

Ahora bien, el término familia se utiliza de manera restringida para los integrantes del hogar que están emparentados entre sí por vínculos consanguíneos, de adopción o matrimonio. Frecuentemente el hogar comprende exclusivamente a la familia nuclear, aunque también se contemplan los casos en los que además de los parientes forman parte de la unidad doméstica personas no emparentadas con el jefe de hogar, pero que viven bajo el mismo techo. Este conjunto de individuos continúa designándose como unidad doméstica.

La familia tiene un contenido biológico vinculado a la procreación, es decir, en función de la reproducción —biológica y social— basada en prácticas de la división social del trabajo. (Durham, 1983) Por su parte, la unidad doméstica, como contraparte a la familia, tiene como mecanismo la realización de procesos de producción, distribución y

consumo suficientes y necesarios para la manutención y reproducción de sus respectivos integrantes.

Consideramos un primer grupo doméstico de trabajo de origen agrícola que reside básicamente en poblados rurales; un segundo grupo doméstico corresponde a familias que continúan viviendo en sus comunidades y se configuran como unidad doméstica mercantil; un tercer corresponde a familias que realizan colectivamente trabajo de maquila. Esto constituye una cuestión analítica central: el tipo de estudios que proponemos requiere la especificación del ámbito social, económico y político en el que se desarrolla nuestro objeto de investigación ya que la organización doméstica y la vida de las familias es parte de procesos complejos de producción y reproducción social que varían según de las condiciones del sistema socioeconómico como modelo de desarrollo regional. Las estrategias de reproducción son en parte respuestas a esas condiciones contextuales.

Por otra parte, la organización de la unidad doméstica, a través de un emprendimiento familiar, está orientada a la consecución de un objetivo fundamental: contribuir al mantenimiento y a la reproducción de los miembros de esa misma unidad. Para ello, la unidad doméstica es descrita como un ámbito donde tienen lugar tareas de producción y transformación de bienes y servicios para el autoconsumo, para lo cual se lleva a cabo un proceso de distribución interna de tareas. (Quelín, 1984).

El emprendimiento familiar, donde el trabajo proviene de la misma unidad doméstica, y esta es a la vez es dueña de los medios de producción, cumple estas funciones como parte de una estrategia de vida. Esto significa que los objetivos que persigue la unidad doméstica se enmarcan en los de la propia unidad propietaria, de manera que la estrategia de reproducción de esa unidad está determinada y supeditada a tal estrategia de vida, y que sus características afectan el desarrollo de la unidad socioeconómica familiar.

Establecer un emprendimiento familiar puede obedecer a diversas razones. Estas razones van desde la necesidad de obtener ingresos, a la falta de alternativas que no reduzcan el patrimonio familiar, hasta la intención de llevar a cabo una acumulación individual de riqueza, pasando por deseos de independencia, o la necesidad de complementar ingresos a partir de una dotación inicial de recursos determinados. Sin

embargo, el papel que cumple la unidad doméstica puede modificarse. Por ejemplo, si el emprendimiento se establece con el objetivo de obtener ingresos económicos en una situación de desempleo, como un mecanismo de subsistencia de corto y mediano plazo, puede suceder que una vez que surjan posibilidades de empleo formal para uno o varios miembros de la unidad doméstica estas sean rechazadas, o bien no signifiquen el fin de las operaciones del emprendimiento familiar. Si los ingresos obtenidos a través de la operación del emprendimiento familiar son mayores, suplen con ventaja el trabajo asalariado o pueden mantenerse como fuente complementaria.

1.1.5.2 La Unidad socioeconómica familiar en la Economía popular

Coraggio (2001) señala que la economía popular realmente existente es un conjunto de actividades realizadas por trabajadores, subordinadas directa o indirectamente a la lógica del capital. Se puede afirmar que se trata de una economía de los trabajadores que los identifica como dependientes o autónomos. Se trata de una economía de familias, comunidades, asociaciones, organizaciones y redes de cooperación o ayuda mutua, ya sean formales o informales. Ello nos permite entender su funcionamiento real que implica producir para el autoconsumo y el intercambio basado no sólo en los ingresos derivados de sus trabajos sino también de transferencias dinerarias o del acceso subsidiado a los bienes públicos —educación, salud, transporte, etcétera—. Así también requiere de la accesibilidad a activos productivos —como máquinas o herramientas— y bienes durables —viviendas, tierras—. Sin embargo, son grupos sociales pertenecientes a la llamada *economía popular* que dependen de la continua realización y desarrollo de su propia fuerza de trabajo —energía, destrezas, conocimientos—, bajo formas dependientes o autónomas para sobrevivir y sostener proyectos colectivos de vida digna.

En consecuencia, tenemos que la unidad primaria de organización de la economía popular es la unidad doméstica, que representa el espacio inmediato de reproducción de la fuerza de trabajo y de la vida de las clases populares, que puede extender su lógica reproductiva a través de emprendimientos familiares o individuales —el negocio familiar—, así como a otras formas de organización económica como las cooperativas y mutuales. Esto nos hace pensar que el contenido social de la economía popular es variable y amplio como la diversidad de ocupaciones, oficios y profesiones, posesión de activos personales, y

niveles de ingreso de los trabajadores que la componen. Esto no significa que la economía popular se reduzca a una economía de los pobres. Sino que más bien implica que es la base principal de una economía solidaria, con sentido opuesto a la economía de acumulación de capital.

Algunas de las características de la economía popular son, en primera instancia, que sus prácticas sociales se enmarcan en una lógica económica de reproducción de la vida, lo cual indica el sentido que la orienta. La economía popular pone como centro el trabajo humano y no el capital. Este trabajo es el elemento organizador de esta forma de hacer economía, donde la satisfacción de sus necesidades no es el medio, sino el fin. En este sentido, el principal elemento de la economía popular es el trabajo autónomo y su capacidad de crear valor y producir bienes y servicios que satisfacen necesidades. Al interior de la economía popular se lleva a cabo un rescate y revalorización de lo popular, de ciertas prácticas, saberes, y experiencias que de alguna manera están presentes, se conservan, y se comunican en los sectores populares de nuestras sociedades, en especial en el nivel comunitario y de barrio/vecindario. Partiendo de la idea de que la economía popular se organiza en base a unidades domésticas orientadas por la reproducción ampliada de la vida de sus miembros (Coraggio, 2007), lo que nos lleva a pensar que la construcción de la economía popular se orienta por una racionalidad diferente a la economía capitalista.

Coraggio, (2009) señala que, en los marcos teóricos predominantes durante el industrialismo, la categoría central para interpretar los fenómenos económicos locales, y para pensar las vías del desarrollo, fue la de la acumulación de capital basada en el modelo taylorista-fordista. Tal centralidad fue compartida por un amplio espectro ideológico desarrollista, aunque la vertiente crítica argumentaba la imposibilidad de resolver las necesidades de todos a través de la producción capitalista basada en el industrialismo y en la polarización entre centro y periferia. En la economía contemporánea basada en el modelo neoliberal, una contraposición efectiva al motor histórico de la acumulación de capital requiere que surja un sentido alternativo para la sociedad humana, con una fuerza capaz de encarnarse de manera masiva en imaginarios y estructuras económicas. Para ello debe tener no sólo plausibilidad y conectarse con los deseos de la ciudadanía, sino incorporarse en las prácticas fundamentales —como ocurre con la acumulación de capital— y ser dialéctico, de

modo que al avanzar en su realización lleve a nuevos modos de desarrollo y crecimiento económicos. Esa categoría puede ser la de *reproducción ampliada de la vida humana*. Llevada del nivel macro al nivel meso de una unidad doméstica —espacio socioeconómico en que está presente el nivel micro de los individuos que la componen—, una situación de reproducción ampliada implica un proceso en que, por encima del nivel de reproducción simple, se verifica durante un período de mediano plazo —entre dos y diez años— o aún uno de largo plazo —por ejemplo, una generación—, como un desarrollo socioeconómico que promueva la calidad de vida de sus miembros. Las empresas capitalistas tienen como objetivo la máxima ganancia posible, en buena medida maximizando la productividad del trabajo asalariado, aunque esto genere desempleo. (Coraggio, 1999)

Para Coraggio (1999), la economía popular está compuesta por el conjunto de recursos que comandan las actividades para satisfacer las necesidades de los grupos sociales en marginación. Las reglas, valores y conocimientos que orientan tales actividades, y los agrupamientos, redes y relaciones —formales e informales— que instituyen, la unidad doméstica depende para su reproducción de la realización ininterrumpida de su fondo de trabajo basada en formas de acumulación solidaria (Caracciolo, 2017). Esta propuesta de Coraggio (1999), sobre la economía popular incluye a todas las unidades domésticas y sus emprendimientos que no operan sobre la explotación del trabajo ajeno, ni tienen como objetivo la riqueza económica acumulada, sino que sus miembros deben continuar trabajando para realizar expectativas de calidad de vida. Así mismo, puede contemplar la posibilidad de que algunos de sus miembros trabajen en los subsistemas empresarial capitalista o estatal (Coraggio, 1999).

Coraggio (1999), en sus argumentaciones sobre la economía popular, menciona dos conceptos fundamentales que consideramos importante precisarlos: *unidad doméstica* y *fondo de trabajo*. Tal y como las empresas de carácter capitalista conforman el prototipo de organización de la economía del capital, Coraggio sostiene que las unidades domésticas lo son de la economía popular. En este sentido, sostiene que cada unidad doméstica es un sistema de grupos de individuos, vinculados de manera sostenida, que actúan de manera solidaria y de manera cotidiana y son las responsables de procurar, mediante su trabajo, de las condiciones materiales para la reproducción inmediata de todos sus miembros.

(Coraggio, 1999). Las unidades domésticas pueden poseer diversos recursos —tierra, vivienda, saberes, herramientas, ahorros, etcétera—, pero el principal recurso del que dispone una unidad doméstica de la economía popular es su fondo de trabajo: el conjunto de energías, habilidades y capacidades de trabajo que pueden ejercer sus miembros en condiciones normales. En este sentido podemos constatar que existen diversas formas a través de las cuales los miembros de la unidad doméstica pueden desplegar sus capacidades de trabajo y operar ese fondo de trabajo disponible. Coraggio (1999) destaca las siguientes cinco formas: a) el trabajo mercantil asalariado, es decir la venta a un patrón de la fuerza de trabajo por una determinada cantidad de horas a cambio de una remuneración; b) el trabajo mercantil autónomo o por cuenta propia, es decir un emprendimiento autogestionado que produce bienes o servicios para venderlos en el mercado de consumo, trabajo que puede ser individual, familiar o asociativo con trabajadores de otras unidades domésticas; c) el trabajo de producción de bienes y servicios para el autoconsumo de la unidad doméstica, mediante el cual se satisfacen necesidades sin pasar por el mercado de consumo ni por la forma monetaria; d) el trabajo de producción solidaria de bienes y servicios para el consumo conjunto de una comunidad; e) el trabajo de formación y capacitación, es decir la participación de los miembros de la unidad doméstica en procesos educativos formales e informales.

Es importante destacar que a lo largo de su ciclo de vida las unidades domésticas se van adaptando a los cambios del contexto económico y social, combinando estas diversas formas de realización de su fondo de trabajo entre sí y con el acceso a transferencias monetarias, bienes públicos u otras formas de ayuda mutua. (Coraggio, 2007) Una unidad doméstica puede abarcar o articular uno o más hogares —entendiendo por hogar al grupo que comparte y utiliza en común un presupuesto para la alimentación, la vivienda y otros gastos básicos— y diversos tipos de vínculos familiares. (Coraggio, 1999) Los distintos integrantes de la unidad doméstica, generalmente de forma coordinada y variable a lo largo de su ciclo de vida, van realizando su fondo de trabajo individual a través de estas diversas formas, de manera que la unidad doméstica busca la mejor utilización posible de ese fondo en función de lograr la reproducción solidaria de la vida de todos sus miembros. En otras palabras, se afirma que la lógica económica de la unidad doméstica —su racionalidad— es

la búsqueda de la reproducción ampliada de la vida del conjunto de sus miembros. (Coraggio, 1999)

Al nivel de una unidad doméstica una situación de reproducción ampliada implicaría un proceso en que, por encima del nivel de reproducción simple, se verifica durante un período prolongado —por ejemplo, una generación—, un desarrollo sostenido en la calidad de vida de sus miembros. (Coraggio, 1999) Para explicar qué se quiere decir con reproducción solidaria, este autor aclara que 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) Remarca también que, en el ámbito de la economía doméstica, las prácticas y relaciones económicas no están impuestas por mecanismos sin sujeto como el mercado, sino por pautas morales de comportamiento, histórica y culturalmente determinadas (Coraggio, 1999), Coraggio reconoce que en nuestras sociedades las capacidades de trabajo pueden ser utilizadas de diversas formas y con distintos objetivos. Empero, desde la perspectiva de sus poseedores, los trabajadores, el objetivo principal es socioeconómico: lograr medios que sustenten su vida en las mejores condiciones posibles y según su noción de calidad de la vida. (Coraggio, 1999)

Existen en las ciudades organizaciones e instituciones que agrupan voluntariamente a miembros de distintos hogares, que pueden ser consideradas extensiones de las unidades domésticas (Coraggio, 1999). Un caso particular de estas extensiones son los emprendimientos familiares que buscan generar ingresos a partir de la producción y venta en los mercados de consumo popular. Como señala Ángela Giglia (2019) —en la contraportada de su libro—: “Los mercados públicos urbanos, surgidos desde hace más de un siglo para hacer posible el abasto cotidiano en ciudades en crecimiento, han sido desde sus orígenes lugares articuladores del tejido local y repositorios de tradiciones culturales vinculadas a la identidad colectiva y al trabajo. En el mundo actual, los mercados públicos deben encarar la competencia de las superficies comerciales privadas y los cambios crecientes en las prácticas de consumo urbano”. Ese es el contexto del surgimiento y operación de los emprendimientos de los grupos domésticos.

De esta manera podemos afirmar que a los integrantes de los emprendimientos no les interesa minimizar el uso del trabajo. Les interesa, primero, poner en operación y aprovechar el fondo de trabajo del que disponen, y, también, utilizar eficientemente los ingresos que se obtienen de las ventas en el mercado, esto en función no sólo de la continuidad de la unidad productiva sino también de las necesidades de los trabajadores que la integran. Por lo que un emprendimiento que se apoya parcial o totalmente en el trabajo familiar, que se desarrolla en la propia vivienda de alguno de sus miembros, lo que busca no es precisamente la ganancia para acumular en el sentido capitalista clásico, sino ingreso para aportar al fondo de dinero requerido, una acumulación solidaria en el sentido ya señalado, para adquirir medios de vida o de producción. En consecuencia, Coraggio (2007) sostiene que en lugar de cortar el cordón umbilical que los une a la unidad doméstica, separándolos y objetivando las relaciones de intercambio, antes que, de reciprocidad, es necesario admitir que el sentido de tales emprendimientos es la reproducción ampliada de la vida de los miembros o de las unidades domésticas a las que pertenecen.

Es importante destacar que los emprendimientos familiares de la economía popular pasan a ser organizaciones económicas donde su mecanismo de racionalidad económica está orientado esencialmente hacia la reproducción de la vida y no hacia la acumulación de capital. Una unidad socioeconómica doméstica materializada en el emprendimiento resulta relevante para la producción para el autoconsumo. Sin embargo, necesita insertarse en mercados capitalistas en los que predomina la lógica capitalista —ganancia para la acumulación y la sustentabilidad—, por lo que esta inserción resulta problemática.

Argumenta Coraggio (2007) que las unidades domésticas pasan a ser unidades de sentido y de agregación económica y sociopolítica en la construcción de alternativas colectivas. Cooperativas, asociaciones y redes diversas para la producción, distribución y resolución de necesidades de distinta índole, contribuyen a la reproducción de las unidades domésticas y son constitutivas de la economía del trabajo, que no sería la mera sumatoria de actividades realizadas por los trabajadores, subordinadas directa o indirectamente a la lógica del capital, sino un subsistema económico orgánicamente articulado, centrado en el trabajo, con una lógica propia. (Coraggio, 2007).

Razeto (1997) sostiene la necesidad de introducir la solidaridad en la economía y afirma que la economía popular, en sus variadas manifestaciones y formas, contiene importantes elementos de solidaridad. Destaca especialmente a las experiencias asociativas que denomina *Organizaciones Económicas Populares*, que, en su opinión, tienen mayor potencialidad de configurar un proceso de construcción de economía de solidaridad, y alguna capacidad de ir a la vanguardia, y de ser orientadora de un proceso más amplio de organización social de la economía popular.

Estas iniciativas son portadoras de una racionalidad económica especial, de una lógica interna sustentada en un tipo de comportamientos y prácticas sociales en que la solidaridad ocupa un lugar y una función central y cumplen un papel social relevante al dar testimonio de los beneficios de la asociación y cooperación entre personas y actividades económicas (Razeto, 1997). La perspectiva es que lleguen a configurar entre todas ellas, junto a otras formas de empresas alternativas, familiares, autogestionarias, cooperativas, un sector de economía popular solidaria. Un sector quizás pequeño, pero dinámico y expansivo. La economía popular, en su actual heterogeneidad y dispersión, carece aún de una definida identidad social de un proyecto común. Hacer de la economía popular una economía de solidaridad puede llegar a configurar ese proyecto (Razeto, 1997).

Aníbal Quijano, sobre la economía popular, la caracteriza del siguiente modo: se trata de instituciones heterogéneas de organización de la producción y de la distribución y de relación con el mercado, cuyo elemento común es que son unidades constituidas por gentes que tienen relaciones primarias entre sí y que tienden a organizarse socialmente según una lógica comunitaria (Quijano, 2007). Lo que caracteriza a la economía popular es que las relaciones de trabajo y de distribución de recursos y del producto se organizan, en lo fundamental, en torno a la reciprocidad, y la vida social, las prácticas sociales cotidianas, en torno de la comunidad. Eso no significa, por supuesto, que no esté articulada al mercado en múltiples maneras y medidas. (Quijano, 2007).

1.2 EL TIANGUIS EN LA ECONOMÍA POPULAR SOLIDARIA

1.2.1 Economía popular: unidad socioeconómica familiar y ocupación

El tianguis puede ser considerado como un elemento a resaltar en la economía popular. En sus diversas manifestaciones y formas de operación contiene importantes elementos de solidaridad que interesa reconocer y destacar. Existe solidaridad en las prácticas de ocupación que se desenvuelven en él, esto porque la cultura de los grupos sociales menos favorecidos económicamente es más solidaria que los otros grupos sociales mediante la construcción de redes de relaciones sociales con un sentido al mismo tiempo familiar/comunitario y axiológico. La experiencia de la pobreza y la marginación, de la necesidad experimentada como urgencia cotidiana, de asegurar la subsistencia, lleva a muchos a vivenciar la importancia de compartir lo que se tiene, de formar comunidades y grupos de ayuda mutua, y de recíproca protección. El llamado mundo popular en el tianguis hace economía "a su modo", con sus valores, con sus modos de pensar, de sentir, de relacionarse, y de actuar, en la vida cotidiana del esfuerzo laboral.

A ello se agrega que cada familia solidaria, en cuanto unidad socioeconómica, al disponer de recursos escasos para realizar sus actividades económicas, necesita de los sujetos cercanos que enfrentan igual necesidad para complementar la fuerza de trabajo, los medios materiales y financieros, los conocimientos técnicos, la capacidad de gestión y organización y, en general, la dotación mínima de factores indispensables para crear el emprendimiento familiar económico, esto frecuentemente con un sentido generacional y de género: el tianguis les permite una operación viable. Así, no es difícil encontrar elementos significativos de solidaridad en los tianguis populares articulados en un circuito mercantil como un circuito solidario de alcances regionales.

La economía popular, y su expresión en el tianguis, representa una economía de ocupación colaborativa y solidaria. El principal factor económico disponible para los pobres no es el capital, ni la tecnología de avanzada, sino su propia fuerza de trabajo y sus formas de organizarla y aprovecharla. Los emprendimientos familiares y asociativos en los tianguis suelen ser para sus integrantes alternativas laborales y de sobrevivencia más que unidades de inversión de capital. Ellos buscan dar a sus capacidades de ocupación una utilización productiva, no ya ofreciéndolas en el mercado laboral sino utilizándolas por

cuenta propia. La ocupación colaborativa y solidaria la estructuran en sus unidades socioeconómicas de base productiva y reproductiva, combinando con la ocupación propia aquellos otros factores que logran obtener y desarrollar en pequeña escala.

Organizados de este modo en los tianguis, las experiencias de economía popular resultan de las cualidades propias del trabajo humano ejecutado de manera autónoma. La unidad socioeconómica familiar solidaria se puede desplegar con sus propios valores y características. La ocupación colaborativa en el tianguis representa el medio por el cual se puede obtener lo necesario para el sustento y desarrollo de la familia solidaria. Es la fuente del reconocimiento social y del prestigio que llega a tener. Es también aquella actividad por la que las personas se hacen útiles a los demás y a la sociedad, asumiendo un lugar y un rol en la vida social, que les proporciona la íntima satisfacción de saberse necesario y útil y de ser estimado por lo que hacen en beneficio de otros.

Siendo la ocupación colaborativa y solidaria en el tianguis una actividad social que implica complementación y cooperación, al mismo tiempo genera vínculos de solidaridad entre quienes la realizan. Esta solidaridad se efectúa por varios motivos que se refuerzan mutuamente. Por un lado, debido a la propia necesidad técnica de complementación entre tareas, funciones y roles que se hacen recíprocamente necesarios en el tianguis. Por otro lado, debido a que la condición de trabajador homogeniza y pone en un plano de igualdad y horizontalidad a quienes participan en un mismo proceso.

El tianguis en la economía popular, en cuanto experiencia humana, provoca hacer algo juntos, compartir similares objetivos e intereses, tener parecidas condiciones de vida, experimentar los mismos problemas, necesidades y situaciones prácticas, convivir en un mismo lugar por períodos prolongados, y comprometerse y colaborar en la producción de una misma obra. Todo ello representa situaciones que llevan establecer relaciones de compañerismo y amistad entre quienes las conviven en el tianguis. Entre la ocupación colaborativa y la solidaridad, en el tianguis fluyen valores y energías que potencian recíprocamente la ocupación y la solidaridad. Puede decirse que la cultura de la ocupación colaborativa contiene muchos elementos de cultura solidaria, del mismo modo que una cultura de solidaridad implica también una cultura de la ocupación.

El camino que conduce desde la ocupación a la economía de solidaridad transita por tres senderos principales (Razeto, 1993). El primero es el que siguen los trabajadores que

no encuentran empleo satisfactorio en el mercado laboral, o que buscan otro modo de trabajo en que puedan encontrar mejores condiciones para realizarlo. Consiste en la experimentación de formas de trabajo autónomo o independiente mediante la creación de sus propias pequeñas unidades económicas. Esas experiencias de organización autónoma de ocupación, que surgen desde los grupos más pobres y excluidos, constituyen un inicio precario y débil, pero real, de formas económicas solidarias en que la ocupación asume posiciones centrales y que se manifiestan de manera concreta en la vida diaria de los tianguis y en el circuito mercantil en el contexto regional. Centralidad del trabajo tal vez no buscada conscientemente como proyecto sino motivada por el hecho simple de que allí el trabajo es casi el único factor disponible, siendo los otros factores medios materiales, tecnologías simples, capacidades de gestión precarias pero efectivas, financiamientos escasos y reducidos. (Razeto, 1993)

Por precarias que sean estas unidades laborales familiares, nos comenta Razeto (1993), los trabajadores que participan en ellas recuperan otros importantes contenidos del trabajo humano: adquieren capacidades de tomar decisiones, desarrollan conocimientos relativos al cómo hacer las cosas, asumen control y propiedad sobre los medios materiales y financieros. Este proceso de enriquecimiento del trabajo significa un progresivo potenciamiento del hombre que supera la dependencia, su extrema precariedad, pobreza e inseguridad. El hombre se va haciendo nuevamente capaz de emprender, de crear, de trabajar de manera autónoma, en lo propio, de tomar el control sobre sus condiciones de existencia.

Esto se realiza mejor en el encuentro entre los hombres mismos, en la cooperación y formación de comunidades de emprendimientos concebidos como comunidades de ocupación, en las cuales el trabajo dividido solidario se recompone socialmente. El enriquecimiento de la ocupación, condición de su recuperación de centralidad, se facilita a través de relaciones de cooperación en el seno del grupo doméstico y en el ámbito comunitario. Ahí se encuentran los procesos orientados hacia la centralidad de la ocupación con los que van hacia la economía de solidaridad. Por estos dos senderos de la ocupación autónoma y de la ocupación asociativa se abre camino a formas específicas de economía de solidaridad. (Razeto, 1993)

En nuestro trabajo hemos encontrado elementos que nos dan cuenta de rasgos a destacar en la estructura de funcionamiento organizacional de los tianguis. En una primera instancia, el análisis del mercado de trabajo en el tianguis, y su vinculación con la economía popular, se pueden abordar dos aproximaciones a su articulación: a) manifiesta una segmentación del mercado del trabajo, con escasa transferencia de trabajadores del sector informal al sector moderno, debido a que este último atiende especialmente a la calificación más que al nivel de salario esperado por el trabajador; b) operan sobre distintos mercados, en cuanto las unidades informales aprovechan oportunidades de generar ingresos dentro de mercados que usualmente están dominados por empresas oligopólicas modernas, que dejan ciertos "nichos" de demanda sin satisfacer. Un ejemplo son los pequeños emprendimientos —negocios— en los tianguis populares en contextos dominados por la figura del supermercado: el nicho se establece diferenciando el producto y las condiciones de venta.

Ahora bien, argumenta Razeto (1993), aunque se trate de sectores distintos existen entre ellos importantes interrelaciones: una suerte de equilibrio en el flujo de comercio de bienes y servicios. Los informales compran al sector moderno bienes de capital usados, insumos y bienes de consumo, y venden bienes y servicios, no tanto a las empresas debido a la baja calidad y a la inseguridad en las entregas sino especialmente a los asalariados del sector moderno. A partir de tales interrelaciones, los niveles de empleo y de ingreso del sector informal se explicarían por la evolución coyuntural del sector moderno y nos estaría dando algún indicio de lo que pueda ocurrir en el tianguis. En cuanto al empleo, su nivel es explicado así: el excedente de oferta de fuerza de trabajo del sector moderno tiene la opción de incorporarse al sector informal, vía incorporación al tianguis o a otras figuras organizativas de ocupación informal, o de permanecer en el desempleo en espera de un empleo en el sector moderno. (Razeto, 1993)

Esto tiene implicaciones importantes en el sector popular, específicamente en el tianguis. Un aumento del desempleo en el sector moderno aumenta el nivel de empleo en el sector informal, especialmente de los trabajadores *semiprofesionales*[8]. Ahora bien, este

8 Semi-profesionales en una especie de educación informal. En realidad, adquieren “oficios” que usualmente ellos los significan como “profesiones”. ¿Qué es un oficio?: “Se habla de oficios para referir aquellas actividades laborales que se transmiten de una persona a otra mediante el entrenamiento y la experiencia directa, muchas veces heredadas de generación en generación familiar, o enseñadas en escuelas técnicas —en

aumento afecta el ingreso económico de los trabajadores informales, que estaría determinado en la siguiente forma: debido a que los "nichos" del mercado son limitados, el ingreso económico total del sector informal puede considerarse relativamente estable, por lo cual, el aumento de los informales reduce su ingreso económico neto medio: el ingreso total del sector es compartido por un número variable de trabajadores. Así, el aumento del desempleo en el sector moderno aumenta el número de informales, pero hace disminuir sus ingresos medios. En cambio, si aumentan los salarios del sector moderno, aumentarán también los ingresos del sector informal, que colocan sus ventas preferentemente entre los asalariados. El ingreso total del sector informal será función de los niveles de empleo y de salarios del sector moderno.

Según esta forma de entenderlo, la evolución del sector informal sería completamente dependiente del sector moderno. Pero estaríamos también ante un sector que tendría una dinámica fuerte de expansión: en períodos recesivos y de aumento del desempleo en el sector moderno aumentaría el número de trabajadores y de unidades económicas informales puestos en el tianguis, mientras que, en períodos de crecimiento del producto, el empleo y los salarios del sector moderno, aumentarían para los informales las oportunidades de mejorar sus ingresos y de consolidar sus unidades económicas. Debido a la segmentación del mercado del trabajo, y por varias razones que no considera el análisis económico pero que son importantes para comprender la dinámica de los procesos sociales, por ejemplo, que el trabajo por cuenta propia proporciona mayor libertad para disponer del propio tiempo, disminuye gastos de transporte, y establece ciertas condiciones subjetivas que llevan a una parte de los informales a permanecer en el sector aunque tengan opciones de reinsertarse en el sector moderno como asalariados, la reabsorción de trabajadores por parte del sector moderno sería menor a la que determinaría la simple comparación de los ingresos esperados en uno y otro sector. Exista o no está la razón, el hecho es que la economía popular ha mostrado una dinámica de expansión persistente a lo largo de las

---

este caso se estaría hablando de Técnicos Medios: “Aquellos que asisten a Instituto Universitario Técnico y obtienen un grado de Tecnicatura”— que ofrecen también servicios o productos a la comunidad. Los oficios suelen ser actividades de corte manual, artesanal o práctica, que no requieren de una preparación académica o formal previa, sino que dependen de la pericia, destreza o fortaleza de la persona que las lleva a cabo”. ¿Cuáles oficios podrían relacionarse con el tianguis?: agricultor, carnicero, chofer/conductor, frutero, artesano, barrendero, panadero, cocinero, locutor, vendedor, repartidor, vigilante, paletero, entre otros.

décadas en que el fenómeno ha sido estudiado, lapso en que se han sucedido en el sector moderno de la economía ciclos coyunturales de diferente signo. (Razeto, 1993)

En economía popular, las formas y sectores económicos deben ser identificados por alguna cualidad inherente a su propio modo de ser y, más específicamente, a partir de los sujetos que los organizan, que en este caso son los grupos sociales más pobres que se identifican como "populares". (Razeto, 1993) Este mecanismo de operatividad del mercado laboral es muy relevante para el tianguis, puesto que la población tiene la oportunidad de obtener sus ingresos. La dinámica del tianguis destaca su relevancia cuantitativa desde el punto de vista del empleo y de la obtención de medios de vida para los sectores más pobres que participan en el intercambio mercantil del tianguis. Razeto (1993) nos ofrece una tipología del mercado de trabajo de la economía popular, la cual nos puede ser de mucha utilidad para nuestro trabajo, dado que nos puede orientar para comprender la dinámica del empleo en los tianguis.

Por otra parte, el trabajo por cuenta propia que es el realizado por trabajadores independientes que producen bienes, prestan servicios o comercializan en pequeña escala, en las casas, calles, plazas, medios de transporte colectivo, ferias populares, y en los tianguis, son lugares de mucha aglomeración (Razeto, 1993). A partir de esto, procuraremos elaborar una tipología de los tipos de actividad laboral que componen la economía popular en los tianguis. En primera instancia tenemos emprendimientos familiares asociativos. Son organizaciones económicas populares, cooperativas, huertos familiares y comunitarios, comprando juntos, grupos de autoayuda, etcétera. En esta categoría podemos considerar también experiencias económicas comunitarias y de vecindad, como aquellas que definen procesos de desarrollo local y comunal basados en la organización popular.

Una modalidad de empresa asociativa la encontramos operando en el tianguis la cual funciona como un grupo de comerciantes organizados un día a la semana en un punto específico previamente acordado, para planear compras al mayoreo, “comprando juntos”, que consiste en hacer encargos a un integrante del grupo para realizar las compras en la Central de Abasto y poder adquirirlas a precios de mayoreo. Efectuadas las compras, y al regreso, las mercancías son repartidas entre los integrantes del grupo de acuerdo con sus

respectivos encargos. Esto permite comprar barato, para después vender a un precio mayor que los productos adquiridos en la Central de Abasto.

En segunda instancia tenemos los pequeños emprendimientos de carácter familiar, individual, o de dos o tres socios. Hay en este nivel una diversidad interna importante a considerar. El universo de los microemprendimientos incluye tipos de actividad muy variados en los ámbitos de la producción de mercancías de origen artesanal —el puesto de tortillas de la marchanta, por ejemplo—, en el pequeño comercio, también hay diferencias en las formas organizativas. Ejemplo de esta modalidad en el tianguis lo encontramos en el negocio de carácter familiar donde la familia solidaria invierte un pequeño capital en la adquisición de estructuras metálicas, lonas, sillas, tablas, etcétera, para habilitar un puesto.
En tercera instancia se encuentran las iniciativas individuales no establecidas o informales, de comercio ambulante —agentes de deambulan por los pasillos de los tianguis ofreciendo algún producto—, trabajos eventuales de individuos que se alquilan por una jornada para vender en algún puesto—. En los tianguis habremos de encontrar trabajos eventuales por cuanto existen individuos que suelen ofrece sus servicios ocupacionales por un día, esto obviamente por un pago por ofrecer sus servicios laborales. Todas estas actividades pueden ser consideradas en el concepto de *trabajo por cuenta propia*, así como el surgimiento de oficios informales propios de la economía popular.

Por último, Razeto (1993) indica actividades ilegales y a menudo delincuenciales como el pequeño comercio de drogas, la delincuencia callejera, la prostitución. Si bien estas actividades ilegales no constituyen realmente formas económicas en el sentido convencional de la expresión, de hecho, son modalidades crecientemente difundidas de generar ingresos por parte de grupos marginales e inciden en la distribución de la riqueza global.

1.2.2 Precariedad laboral: utilización intensiva del trabajo doméstico

En las últimas tres décadas en México la falta de empleos y la caída sistemática del poder adquisitivo de los salarios han sido problemas que han ido creciendo, aspectos que han sido determinantes en la extensión de la pobreza. Con frecuencia muchas formas de trabajo que se generan en el país son mal remuneradas, lo cual afecta el poder adquisitivo

de las unidades domésticas y con ello su reproducción, así como el acceso a servicios elementales como la educación, salud y por ende a un deterioro de la calidad de vida, lo que nos lleva a entenderla como pobreza multidimensional. Esta tendencia ha sido caracterizada como precarización laboral. En un trabajo de Martínez, Marroquín y Ríos (2019) desarrollan varias definiciones de este concepto. Aquí sólo retomamos una de ellas que nos dice que la precariedad laboral se define como una condición, un fenómeno emergente, una forma de estar en el mundo vinculado a la pérdida y/o debilitamiento de los vínculos sociales de integración y protección social. El concepto de precariedad laboral tiende a asociarse al deterioro de las condiciones laborales, a una condición de inestabilidad laboral, y/o inseguridad laboral, un lugar donde el trabajador se encuentra desprotegido ante la expansión de las relaciones laborales no formales, donde las leyes no lo protegen. En general existe un amplio consenso en postular que la precariedad laboral se refiere a la disminución de la calidad de los empleos, reflejada entre otras cosas en la caída del poder adquisitivo del ingreso que termina afectando a los otros componentes de la pobreza no económica.

De esta manera, las dificultades económicas cada vez más crecientes, las escazas oportunidades laborales, las transformaciones culturales de la sociedad contemporánea, entre otros elementos, han provocado con mucha regularidad que esposa, hijos y parientes, y otros integrantes de una familia extensa se encuentre “refugiada” bajo un mismo techo. Toda esta familia solidaria, en el sentido de la división social del trabajo (véase Durkheim, s.f.; Zabala, s.f), busca incorporarse al mercado de trabajo, y ello se corresponde con la búsqueda de alternativas laborales de esfuerzo colectivo para superar la falta de ingresos económicos que permitan la plena producción y reproducción de la unidad doméstica.

Este comportamiento tiene una fuerte vinculación con las estrategias de sobrevivencia (Damián, s.f.) que se ponen en operación, ya sea porque se enfrenta una situación económica difícil o porque esta se ha venido deteriorando en el contexto del modelo económico neoliberal en el último cuarto del siglo XX. Es de esperarse que, a mayor deterioro de los niveles de ingreso económico de la unidad doméstica, esto traerá como consecuencia una mayor incorporación de los integrantes de la familia al mercado de trabajo, es decir, una mayor participación de los integrantes de la familia en la generación

de ingreso familiar conlleva a disminuir los niveles de pobreza de la unidad doméstica, pero a su vez provoca una utilización intensiva del trabajo doméstico y extra-doméstico, el fondo de trabajo antes mencionado. En efecto, los hogares en que se profundizó el deterioro de sus ingresos económicos, esto provocado por las recurrentes crisis económicas en los años ochenta y noventa del siglo anterior y en los inicios del siglo XXI, intensificaron la participación de los integrantes de la familia en la actividad económica con el fin de no ver deteriorado el ingreso familiar. (García y Pacheco, s.f.)

La utilización intensiva del trabajo doméstico y extra-doméstico tiene como objetivo generar los medios necesarios para asegurar el sostenimiento biológico de los integrantes de la unidad doméstica y la satisfacción de otras necesidades, cultural e históricamente determinadas, como así también debe proveer los medios para reponer los bienes consumidos en la realización del ciclo productivo y reproductivo de la unidad doméstica. La operación productiva de la unidad doméstica, persiguiendo los objetivos señalados, se basa en una racionalidad propia y se rige por el equilibrio existente entre el consumo de los miembros de esta y la utilización colectiva y solidaria del trabajo. Tal y como lo señaló Chayanov (1981), refiriéndose a las unidades agrícolas que, al igual que la unidad doméstica que analizamos, la producción del trabajador en la actividad económica doméstica se detendrá en este punto de natural equilibrio porque cualquier otro aumento en el desgaste de fuerza de trabajo resultará objetiva y subjetivamente desventajoso. Cualquier unidad doméstica de explotación agraria tiene así un límite natural para su producción, el cual está determinado por las proporciones entre la intensidad del trabajo anual de la familia y el grado de satisfacción de sus necesidades (Chayanov, 1981).

En la utilización intensiva del trabajo doméstico la única categoría económica visible es la remuneración del trabajo, equiparable al ingreso anual disponible para la unidad doméstica después de sustraer sus gastos. Por lo que no existen salarios imputables al trabajo familiar, ni por supuesto indicios de ganancias dado que esto no es lo que se busca, ya que el nivel de actividad está regulado por la satisfacción de las necesidades familiares, por lo que tampoco se puede considerar la existencia de renta en el sentido capitalista. Por lo que podemos afirmar que el único beneficio de la utilización intensiva del trabajo doméstico se obtiene mediante el equilibrio entre trabajo y consumo, entre

producción y reproducción, esto establecido por el equilibrio económico natural entre los desgastes del trabajo y la satisfacción de necesidades. Esto nos conduce a la construcción del producto bruto de la unidad doméstica, el que se constituye mediante la suma de todos los ingresos anuales de la misma, tanto domésticos como extra-domésticos. Si procedemos a sustraer los gastos que genera la utilización vía consumo, y la renovación del capital del producto bruto, se obtiene el producto neto. Este será reconocido como satisfactorio o no por la evaluación subjetiva de los desgastes propios del trabajo que realice la unidad doméstica.

Por eso es necesario, como destacan Oliveira y Salles (1989), tener en cuenta que la reproducción de las unidades domésticas, además de cubrir el desgaste físico y psicológico de sus integrantes en calidad de individuos, abarca también su reposición generacional —lo que nos lleva a la consideración de la reproducción transgeneracional del modelo en los contextos social, familiar y comunitario—, y debe remitirse a la reconstitución del conjunto de sus capacidades. Involucra elementos que sobrepasan a la reposición de sus integrantes. Implica la recreación de lo cotidiano mediante las prácticas individuales de elementos ideológicos, culturales, afectivos y de las relaciones de autoridad y de poder entre géneros y generaciones. Las actividades desplegadas en el ámbito doméstico cumplen una doble función, de manutención cotidiana y de transmisión de una generación a otra de aspectos ideológicos que fundamentan las distancias sociales básicas (Oliveira y Salles, 1989). Por lo tanto, podemos afirmar que la relación producción-reproducción articula a la unidad doméstica con el emprendimiento familiar, es decir, la unidad doméstica y el trabajo se traslapan en el pequeño emprendimiento familiar.

Por otra parte, la estrategia de la unidad doméstica en la generación de ingresos, a través de la utilización intensiva del trabajo doméstico y extra-doméstico, se basa en el supuesto de que es una entidad que toma decisiones conjuntas en lo relativo a la generación y asignación del ingreso. Es esta posibilidad de acción que permite que la familia se constituya como una unidad de fundamental importancia en el estudio de la economía popular. Desde una perspectiva tanto socioeconómica como sociodemográfica, los ingresos económicos familiares permiten entender la adopción de estrategias para sobrevivir por parte de las unidades domésticas, al mismo tiempo que permiten conocer la utilización de

los recursos familiares para generar los ingresos que exige su reproducción. En una importante proporción, el recurso principal para obtener ingresos económicos lo constituye la fuerza de trabajo de las personas, quienes son las encargadas de generar el ingreso de las unidades domésticas. Al respecto, García y Pacheco (2000) señalan que la gran mayoría de los individuos que conforman la sociedad mexicana organizan su manutención cotidiana y generacional de manera conjunta en sus hogares. En este sentido es necesario tener presente que las diferencias entre las formas consideradas por los hogares de proveerse de un ingreso económico van a variar en función de una serie de características entre las que no se pueden dejar de lado la composición interna del hogar y su organización doméstica —quiénes y cómo se encargan de las tareas que permiten la reproducción de la unidad dentro y fuera del hogar, ya que son factores que ayudan a entender los cambios en la distribución del ingreso de las unidades domésticas (Rubalcava, 2001).

Al tener en cuenta las relaciones existentes entre la estructura y la organización de las unidades domésticas y los diversos trabajos que llevan a cabo sus integrantes a través de la utilización intensiva del trabajo doméstico, se está pensando en los individuos inmersos en dos esferas de acción: por una parte, la unidad doméstica, y por la otra el trabajo. Por lo que el análisis de los vínculos que el trabajo mantiene con la unidad doméstica da cuenta de la estrecha superposición de las esferas del ámbito laboral y doméstico. Es por eso por lo que tanto el trabajo como la unidad doméstica deben definirse específicamente uno en relación con el otro. Esto debido a que la unidad doméstica se entiende indisociablemente por su relación con el trabajo, ya que es la unidad doméstica el lugar donde se realiza una distribución obligada de las actividades laborales. Su funcionamiento induce necesariamente la negociación del trabajo entre sus integrantes, para asegurar la supervivencia de la unidad familiar, ya que el mantenimiento de esta célula está constituido tanto por tareas domésticas como por recursos que provengan del ejercicio laboral. Entonces la unidad doméstica, en cuanto utilización intensiva del trabajo doméstico, puede ser entendida como la unidad de referencia que rige la distribución entre el trabajo y lo doméstico, permitiendo la regulación de ambos aspectos.

En base a lo argumentado podemos entender el rol que juega la unidad doméstica, entendida como una unidad de reproducción, en tanto utilización intensiva del trabajo

doméstico, en la generación del ingreso económico familiar como alternativa para enfrentar la precariedad laboral. Entonces la unidad doméstica, puede ser entendida como el lugar donde los individuos organizan su reproducción cotidiana y generacional, y donde tiene lugar la socialización de los nuevos miembros y el reforzamiento de los significados y motivaciones que fundamentan las actividades de la unidad doméstica (García y Oliveira, 1998).

1.2.3 Relaciones socioeconómicas: solidaridad, reciprocidad y cooperación

¿Existe reciprocidad en las actividades que desarrollan las unidades socioeconómicas familiares solidarias en los tianguis? Si existe ¿cómo se da esa reciprocidad?, ¿por qué se da esa reciprocidad? El que sean familia y solidarios no quiere decir que entre ellos no existan "fricciones", disgustos, malestares, envidias, egoísmos, etcétera. Lo que aquí se requiere es ponerlo en duda, negarlo, para saber cómo es posible que se den estos lazos de reciprocidad, cómo es que persisten. La reciprocidad que buscamos no sólo es una relación social establecida de manera simétrica entre sujetos socialmente iguales para dar y recibir trabajo y fuerza de trabajo, sino en tanto relación social entendida como la obligación moral de dar, recibir y devolver, que genera confianza y amistad en el otro, y constituye el lazo social que crea humanidad como una relación distinta no sólo entre las personas, sino además con la naturaleza. La reciprocidad, entendida como lazo social, debería ser vista tanto en términos económicos y micro sociales, como en los aspectos políticos y macrosociales, esto es, como el fundamento de un orden social alternativo en el que se trate de resignificar las prácticas sociales recíprocas, horizontales, solidarias y de igualdad social características del mundo prehispánico que continúan siendo vigentes en los tianguis: no sólo en zonas rurales sino también en las urbanas. Para Quijano (1998) la reciprocidad es una novedad, no cronológica sino sociológica, porque hoy en día se va extendiendo en el mundo urbano como un producto de las actuales condiciones en que opera el capital.

Antes de la conquista y en la Colonia en los tianguis la reciprocidad era un rasgo de colectividades cerradas en las que las jerarquías sociales y la tradición eran la fuente de las normas y de los valores cotidianos, y donde el espacio de la identidad y libertad individuales, de la creatividad individualizable, no era muy amplio. En el mundo urbano

actual no es más la jerarquía sino la igualdad social entre sus miembros lo que caracteriza a las comunidades, su condición de “marginales” o “excluidos”, resultado de las tendencias del capitalismo, los ubica en una situación de igualdad, de manera que se abren espacios de discusión colectiva para desplegar iniciativas conjuntas para vivir como se pone de manifiesto en los tianguis. Entonces, no es más la tradición sino el debate y la decisión colectiva el ámbito donde surgen las normas, las instituciones, los valores. Por tanto, son la identidad y la creatividad de los individuos que nutren la comunidad. Ello no implica que se ejerza sobre un vacío histórico, sino que ocurre sobre diversas prácticas del mundo precolonial (Quijano, 1998).

Para Quijano (2007), la reciprocidad, entendida como intercambio de trabajo y fuerza de trabajo sin la intermediación del capital, se extiende. La identifica como un redescubrimiento de los trabajadores en el marco de un amplio proceso de marginalización y exclusión. Las necesidades insatisfechas por las tendencias actuales del capitalismo llevan a los trabajadores a encontrar que sólo en la medida en que salgan y se liberen de las sobrentendidas reglas del capital y ejerciten prácticas sociales conducentes a reapropiarse del control de su trabajo, de sus recursos y de sus productos, así como de su existencia social, podrán defenderse mejor del capital y sus mezquindades. Este orden social alternativo, y su manifestación en los tianguis como reciprocidad solidaria, como lazo social, estarían vinculados a una toma de decisiones centrada en la comunidad como estructura de control democrático de la autoridad colectiva, concentrada en el ejercicio de la democracia directa como participativa y no en la democracia representativa.

1.2.4 Reproducción en la Unidad Socioeconómica Familiar: división del trabajo como estrategia económica familiar

La escasez de vivienda y las dificultades que enfrentan los jóvenes para encontrar empleo o percibir salarios remuneradores, influyen para que las nuevas parejas permanezcan en el hogar de los padres de uno u otro cónyuge. De esa manera, los factores económicos inciden sobre la formación de unidades extendidas de gran tamaño: a veces encontramos hasta tres generaciones bajo un mismo techo. (García, 1982). En México, una familia promedio a menudo no consigue subsistir con el ingreso monetario de uno sólo de

sus miembros. En un marco estructural de deterioro del salario real, y de deficiencia de los servicios colectivos, se hace necesario conocer y especificar las alternativas a que recurren las familias para satisfacer sus necesidades básicas. (García, 1982)

Las tasas de participación laboral familiar masculina y femenina, adulta y juvenil, nos permiten analizar el grado de utilización de la mano de obra disponible en determinados grupos de unidad doméstica, identificados según algunas características sociodemográficas del jefe y aspectos de su estructura interna. (García, 1982) Lo que empuja a las familias a diversificar e intensificar su trabajo es su incapacidad para asegurar su reproducción con base en una sola actividad, ya sea de carácter agrícola u otras. Una vez reconocida esta tendencia general, se descubre que lo que determina de manera más directa a qué actividad o actividades particulares se consagrará la unidad doméstica es la magnitud y la composición de su fuerza de trabajo (Martínez, 1980). Esta constatación señala la dificultad del análisis del fenómeno de la diversificación de labores en las familias urbanas y campesinas. La morfología de la familia, su tamaño, las edades de los miembros, y los tipos de actividad para los que son aptos, constituyen los elementos inmediatos que determinan la organización del trabajo y la selección de labores. Los patrones culturales locales, la especificidad de los mercados en que colocarán los productos resultantes de las actividades particulares, funcionan como un marco para la planeación del trabajo familiar. Sin embargo, el objetivo de la diversificación de labores es el mismo para las diferentes familias: la obtención de ingreso económico que garantice la supervivencia del grupo doméstico. (Salles, 1982)

La actividad económica que abarca todas las labores realizadas por la unidad doméstica, —prestación de servicios o elaboración de productos para el mantenimiento directo del grupo familiar o producción de mercancías para la venta— constituye el ámbito analítico mínimo del estudio de la organización del trabajo de la unidad doméstica. En contextos como el que estamos describiendo, el análisis se basa en la observación de actividades realizadas que nos indican aspectos parciales de la reproducción familiar como unidad doméstica y que pone de manifiesto una división del trabajo (Salles, 1982) que puede considerarse solidaria. Entonces, la unidad doméstica forma parte de un patrón de

organización económica, social y cultural que puede abarcar varias generaciones, incluir a ambos géneros, y representar distintas formas de relación familiar.

Por otra parte tenemos que los emprendimientos familiares de las unidades domésticas son una de las principales fuentes de trabajo, lo que hace que el problema de la asignación de tiempos a diferentes actividades regule una parte importante de la disponibilidad de trabajo del emprendimiento y que en la determinación de las cargas de trabajo dentro del emprendimiento puedan influir factores procedentes de las características de la unidad doméstica y de las relaciones entre sus diferentes integrantes. Los trabajadores integrantes de la unidad doméstica están materializados en emprendimientos familiares, por lo que no tienen una remuneración preestablecida, y aun si llegaran a tener alguna remuneración que ha sido establecida de acuerdo con el cálculo de la unidad, en la que participan como propietarios y tienen una flexibilidad mucho mayor que el salario, que es una relación contractual con un trabajador por un monto establecido y no sujeto a modificación de acuerdo con los resultados obtenidos. El ingreso que perciba del emprendimiento dependerá de la cantidad de trabajo que aporte, lo que a su vez dependerá de la composición por género y edad de la unidad doméstica y de cómo asigne el tiempo a distintas actividades, entre las que se pueden contar otras que también representen fuentes de ingreso para la unidad doméstica.

Es frecuente que las mujeres sean las que más trabajo aportan al emprendimiento cuando este constituye una fuente complementaria de ingresos para la unidad doméstica, donde parte de sus integrantes son trabajadores asalariados, lo que afecta el horario y la duración de la jornada de trabajo del emprendimiento. De la misma manera, los hijos menores pueden ser una fuente muy importante pero temporal de trabajo, en la medida en que tienen otras actividades, pero suelen darse casos en que estas otras actividades —tales como atender la educación escolarizada— son inhibidas o suprimidas para asegurar un flujo constante u oportuno de trabajo al emprendimiento. Por ello es necesario conocer la historia de los individuos en su espacio residencial y social más inmediato para de ahí delimitar el espacio familiar verdadero donde se ubican y relacionan con otros individuos o grupos. Considerar la naturaleza más amplia de las relaciones —y no exclusivamente las de la producción— existente entre los individuos que constituyen este espacio familiar significa

también identificar en mayor medida a la familia como una unidad real de socialización y recreación de condiciones de reproducción de los individuos, y no sólo como instancia mediadora de relaciones y prácticas sociales.

Las prácticas sociales vigentes en una sociedad son producto de las condiciones sociales de reproducción. Estas prácticas, a menudo convertidas en marco normativo, encuentran su expresión aceptada o desviada al ponerlas en escena por los diferentes grupos sociales para fines de su reproducción. Ya sea que intervengan aleatoriamente, arbitrariamente, o como parte de una estrategia precisa, pueden a menudo continuar existiendo aun cuando su referente social haya desaparecido. Conforme se dan las transformaciones de las condiciones sociales, las prácticas se van articulando con ese nuevo referente social y de este modo, más que transformarse están remitiendo a otra problemática, es decir, de mantenerse o no la morfología de las prácticas, lo que cambia es su articulación con las condiciones globales. Así son las modificaciones continuas de las condiciones y su resultante, o sea, las nuevas formas de articulación, lo que nos permite hablar de la irreversibilidad de las prácticas sociales. También podría resultar que antiguas prácticas de reproducción interfieran con el surgimiento de nuevas prácticas resultantes de cambios en las condiciones de la reproducción. Lo importante es subrayar que las estructuras sociales son modeladas continuamente por la aplicación del conjunto de esas prácticas. (Quesnel y Lerner, 2021)

Las prácticas que se realizan en las unidades domésticas están relacionadas con la idea de estrategia. La referencia a este término tiene la intención de no fijar el concepto de reproducción en un marco rígido, como la referencia a las normas, y, por lo tanto, de dejar entrever su movimiento. Este concepto implica la idea de una organización autorregulada, la noción de una respuesta única de comportamiento adaptativo de los grupos sociales a las condiciones vigentes. Por ello preferimos abordar la reproducción social directamente a partir de las diferentes prácticas sociales concretas desarrolladas por los grupos sociales, ya que ellas nos remiten a las condiciones globales en que se inscriben y que a su vez transforman. (Quesnel y Lerner, 1989) Tratamos de subrayar de manera particular cómo las condiciones económicas imponen una nueva articulación de las prácticas familiares sociales.

1.3 ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DEL TIANGUIS

1.3.1 Base socioeconómica del tianguis: comerciantes, organización familiar solidaria nuclear, extensa y estrategia de reproducción.

Coraggio (2016) nos dice que la economía solidaria es una forma de producción, consumo, y distribución de la riqueza, lo cual significa un tipo de economía centrada en la valorización del ser humano y no en la priorización de capital. Esta forma de economía promueve la asociatividad, la cooperación, la reciprocidad y la comercialización de bienes, de un modo fundamentalmente autogestivo por parte de los integrantes de una sociedad, comunidad y/o núcleo familiar, teniendo como finalidad el desarrollo ampliado de la vida de sus integrantes. A partir de ello, y tomando en consideración la crisis del proyecto económico neoliberal, en México se evidencia con crudeza, complejidad y duración sin precedentes. Teniendo como base ese contexto económico con duras afectaciones sociales se reconfigura la familia solidaria mexicana como el elemento que impulsa y sustenta la economía solidaria, teniendo en consideración que la familia nuclear o extensa enfrenta dificultades para garantizar la satisfacción de sus necesidades elementales. En ese contexto, la familia solidaria pone en acción sus capacidades productivas y desarrollan actividades orientadas para proveerse de los bienes básicos que les permitan alcanzar su bienestar social, así como garantizar la producción y reproducción de la vida ante un panorama económico adverso. Su trabajo, habilidades y destrezas, producto de aprendizajes acumulados e incluso trasmitidos de generación en generación, son incorporados en el tianguis y en otras formas de emprendimientos de subsistencia, muchos de ellos en la porción informal de la economía.

De acuerdo con Ortíz y Vega (2016), el aprendizaje de las maneras de vender que se desarrollan entre los miembros de la familia, así como la transmisión de conocimientos y habilidades —saberes valiosos para las prácticas económicas de subsistencia— a las nuevas generaciones que terminan por configurar estilos de vida propios de estos sectores de oferentes de distintos bienes. Los lazos de parentesco ritual, como el compadrazgo, construyen, transmiten y mantienen un contenido simbólico y cognitivo de una densidad caracterizada por las mallas de solidaridad que se realizan entre los oferentes y los demandantes, que termina por contribuir a la subsistencia, componente de la grandeza

solidaria de los sectores pobres ante el hecho de que en su cotidianidad siempre terminan asegurando, día tras día, el sustento para la subsistencia.

Las prácticas solidarias, comenta Zamorano (1998), entre las familias, como parte de las estrategias de vida, afirma que se hacen más intensas durante las épocas de crisis económica y cambio social: ante las limitaciones de la oferta de vivienda digna y accesible, se recurre a la cohabitación de los matrimonios jóvenes con sus familias parentales, para solucionar el problema de los bajos ingresos la mayor parte de la familia ejerce un trabajo informal o formal. Un hijo es solidario, en un contexto de división solidaria del trabajo y de socialización en la integración del ingreso económico doméstico, con su padre porque trabaja y da una parte de sus ingresos para el ingreso familiar, si de esta acción depende también su sobrevivencia personal. Ocurre algo similar cuando una mujer cuida a sus nietos mientras su hija trabaja y en reciprocidad la hija le proporciona parte de su ingreso. Una ayuda mutua, de amor, de sacrificio y de compromiso, sentimientos que se presentan de uno u otro modo en el interior de los grupos domésticos y que son la base de la solidaridad.

La solidaridad familiar, continúa argumentando Zamorano (1998), como parte de un sistema de representaciones imaginarias sociales, se trata de una representación compartida de manera regular, se concibe como la obtención de ingresos económicos de mujeres e hijos como gesto de solidaridad hacia el jefe del grupo familiar solidario. La obtención de dichos ingresos de la mujer o de los hijos puede o no ser considerado como una muestra de solidaridad familiar. Los ingresos de otros integrantes de la familia fuera del padre o jefe del grupo familiar, tiene la finalidad de completar el presupuesto para el gasto familiar, de tal amanera que permita la reproducción social del núcleo familiar. Argumenta Zamorano (1998) que "las aportaciones de otros integrantes del grupo doméstico que no sean el jefe resultan en la mayoría de los casos de una importancia ineludible y esencial para la reproducción del grupo doméstico". Esta idea de "completar" o de "ayudar" guarda en su trasfondo la representación de una "familia ideal" y de una división ideal de papeles, de derechos y de obligaciones entre sus integrantes.

Los aspectos de ayuda, generosidad, caridad, mutualidad y reciprocidad son algunas nociones que comúnmente utilizamos como sinónimo de solidaridad. En efecto, fijando nuestra atención podemos ver que los anteriores actos son interpretados como gestos de

solidaridad hacia el padre o el jefe del grupo doméstico y tienen como finalidad "ayudarle a completar" el gasto familiar sin necesariamente poner en duda su papel dentro de la familia. Aquí lo importante a destacarse es la capacidad solidaria que muestra cada uno de los integrantes de la familia solidaria como unidad socioeconómica familiar, donde el trabajo es considerado como un medio de liberación humana, dentro de un proceso de democratización económica, pretendiendo crear de esta manera una alternativa a las formas alienantes y asalariadas de las relaciones del trabajo capitalista. (Fernández D., (2013); citado en Oulhaj y Benoit, 2015). La principal estrategia de sobrevivencia de la familia solidaria, como unidad socioeconómica familiar, es la incorporación de los hijos a temprana edad para la obtención de ingresos que sirven para completar el ingreso familiar, de tal manera poder obtener los bienes básicos para el bienestar de la familia. Tal hecho es considerado como un acto de solidaridad.

Una estrategia de esta naturaleza es conocida como “estrategias de reproducción social” de la familia solidaria, o como “estrategias laborales de reproducción”. (Duque, J. y Pastrana, 1975; Laminitz, L. A., 1975; Rodríguez, D. 1981; Torrado, S. 1981, 1982). Esta reproducción opera a partir de la satisfacción de necesidades en mayor o menor cantidad creando formas colectivas de pronta resolución. Esto se concretiza en las estrategias de reproducción de las familias solidarias. La *estrategia de reproducción social* es definida por Bourdieu (1979: 122) como “un conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos o las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente, a mantener o mejorar su posición en la estructura de las relaciones de clase, constituyen un sistema que, al ser producto de un mismo principio unificador y generador, funciona y se transforma como tal sistema”.

Continua diciendo Bourdieu (1979: 122-128) que “por medio de la disposición con respecto al porvenir, determinado a su vez por las oportunidades objetivas de reproducción del grupo, estas estrategias dependen en primer lugar del volumen y de la estructura del capital que hay que reproducir, esto es, del volumen actual y potencial del capital económico, del capital cultural y del capital social que el grupo posee, y de su peso relativo en la estructura patrimonial; y, en segundo lugar, del estado del sistema de los instrumentos

de reproducción, institucionalizados o no —estado de la costumbre y de la ley sucesoria, del mercado de trabajo, del sistema escolar, etcétera—, con arreglo a su vez, al estado de la relación de fuerzas entre las clases: con mayor precisión, estas estrategias dependen de la relación que se establece en cada momento entre el patrimonio de los diferentes grupos y los diferentes instrumentos de reproducción, y que define la transmisibilidad del patrimonio, fijando las condiciones de su transmisión, es decir, dependen del rendimiento diferencial que los distintos instrumentos de reproducción pueden ofrecer a las inversiones de cada clase o fracción de clase".

Continua Bourdieu diciendo que (1979:128) "…debido a que las estrategias de reproducción constituyen un sistema y a que dependen del estado del sistema de los instrumentos de reproducción y del estado —volumen y estructura— del capital a reproducir, todo cambio en relación con cualquiera de ellos lleva consigo una reestructuración del sistema de las estrategias de reproducción: la reconversión del capital poseído bajo una particular especie en otra especie distinta, más accesible, más rentable y/o más legítima en un estado dado del sistema de instrumentos de reproducción, tiende a determinar una transformación de la estructura patrimonial". Las estrategias de reproducción social de sobrevivencia están interrelacionadas en el tiempo y en el espacio y se orientan a la búsqueda de los bienes materiales e inmateriales, el circuito de relaciones sociales obtenidas a través del tiempo, así como el estatus familiar simbólico.

Para entender la problemática de las estrategias de reproducción social para la sobrevivencia de las familias solidarias, como unidades socioeconómicas familiares en el tianguis, y su papel en el contexto de la economía social solidaria, debemos tener presente algunos elementos hipotéticos. Primero, como comenta Licona (2014), el tianguis es un espacio articulador donde se estructuran relaciones sociales de ayuda mutua y se cambian bienes por bienes —trueque—.

Licona (2014) argumenta que el tianguis significa para artesanos y productores campesinos, indígenas y revendedores en pequeña escala, una importante opción de venta de bienes —valga decir, como un espacio socioeconómico de producción y reproducción con componentes de economía popular y de economía solidaria—, pues con los recursos obtenidos satisfacen sus necesidades básicas y, con ello, la reproducción de unidades

socioeconómicas domésticas también en contextos de pobreza urbana y rural. El tianguis se configura como un espacio para economizar y hacer rendir más el dinero asignado para el abastecimiento de bienes. Por ello, en ese espacio social se recurre a distintos sistemas de intercambio, constituyendo así una institución económica orientada por una lógica no mercantil y que alberga sistemas de intercambio recíprocos y de cooperación.

Operando el sistema de intercambio del tianguis, y funcionando la estrategia de la unidad socioeconómica doméstica en su papel de vendedora, lo cual significa incorporar a cada integrante de la familia nuclear o extensa en el desarrollo de actividades laborales, directas e indirectas en el tianguis, se clasifican en productores directos organizados y no organizados, en intermediarios mayores, menores y ambulantes.

Entendido así, el tianguis es una configuración de la división del trabajo-especialización. Los intermediarios mayores regularmente imponen el precio del producto en el territorio de la región funcional, esto como formas de ejercicio de poder oligopólico a escala regional. Los vendedores ambulantes establecen relaciones de amistad y se reúnen en algún punto del tianguis para juntos ir ofreciendo sus productos en el puesto. Esto forma parte del espacio socioeconómico provisional para la venta de productos al menudeo. A su vez, el manteado y el local son figuras socioespaciales en las que se expenden los productos. Todos ellos constituyen lugares, en sentido antropológico, pues no sólo funcionan como espacios económicos. En ellos existe también un lenguaje especializado, un sistema edificado propio en donde además se establecen relaciones de parentesco y compadrazgo.

La familia solidaria, en cuanto unidad socioeconómica familiar, participa solidariamente en cuanto la división del trabajo bajo esta lógica en la venta de bienes. Con frecuencia estas actividades económicas, y las formas de realizarlas, son heredadas desde los de forma transgeneracional, perpetuando la actividad económica por décadas y generaciones, una estrategia de supervivencia familiar solidaria que observamos en muchas actividades económicas. Esto es de suma importancia para la continuidad del sistema mismo. Esta *ocupación atípica*, como señala Gayoso (2009), ha representado una opción laboral para una gran cantidad de personas desempleadas o que carecen de capital social y/o humano para incorporarse al mercado de trabajo formal. En los países periféricos esta

figura del tianguista juega un papel significativo en las formas de abastecimiento material de las familias solidarias para su subsistencia. El trabajo realizado en los tianguis se encuentra ampliamente estructurado, con una gran cantidad de normas y regulaciones formales e informales, escritas o verbales, que delinean la actividad de los vendedores en su proceso de trabajo.

En síntesis, entender las prácticas solidarias que se materializan en estrategias de sobrevivencia de las familias solidarias, en cuanto unidades socioeconómicas familiares, en el tianguis, entendido este como el espacio social donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos y algunos comerciantes especializados que aseguran el intercambio de productos entre regiones funcionales y distintos recursos naturales y diversas especializaciones económicas (Paré, 1975).

1.3.2 El tianguis como organización: circuito mercantil y comercio itinerante

Un elemento importante en la estructura del funcionamiento del tianguis son los productores agrícolas. Estos productores, como otros, buscan incrementar sus ingresos especializándose en un producto comercializable. No obstante, como siempre se ha visto, esto puede tener efectos adversos. Si una familia agrícola concentra toda su fuerza de trabajo en un cultivo, ello le llevará a dejar de elaborar su propia ropa, sus materiales de limpieza, sus herramientas. También dejará de criar animales, cultivar vegetales, granos, flores, y otras cosas que los miembros de la familia necesitan para realizar lo que sería una vida doméstica normal. (Plattner, 1991) La especialización que constituye la base del intercambio puede funcionar a escala regional mediante la integración de comunidades de diferentes ecosistemas en un sólo sistema de mercados regionales, integrándose en macro regiones de circuitos mercantiles y productivos.

Los tianguis nos dan cuenta de una división del trabajo, de base solidaria, que implica formas de especialización de los productores. En la medida que una unidad socioeconómica familiar se especializa, cede parte de su independencia y control sobre el bienestar. El ingreso procedente de la producción especializada le ofrece la posibilidad de un bienestar mayor a partir del incremento de la capacidad de comprar más y mejores productos. Este es justamente el problema con el que se topan las unidades familiares de

subsistencia cuando se ven precisadas a elegir: aumentar y no disminuir el bienestar de su familia mediante el recurso de renunciar a cultivos alimenticios en favor de producción comercial para el tianguis. (Plattner, 1991)

En esta lógica de razonamiento, cabe hacernos la pregunta ¿Qué características debe atender un tianguis en cuanto a su organización para conseguir que las familias solidarias se involucren voluntariamente en él? Para que el tianguis sea un atractivo, para que las unidades socioeconómicas familiares decidan involucrarse en él, este debe garantizar ciertas razones de operatividad funcional. Plattner (1991), plantea que estos espacios de intercambio deben tener regularidad, por lo que el tianguis debe ser accesible y pronosticable de modo que la gente que participa en las actividades cotidianas de este encuentre condiciones para confiar en su futuro. Por lo que el suministro de mercancías en el tianguis debe ser suficiente y apropiado. La demanda de bienes debe ser predecible y estable en forma tal que las unidades socioeconómicas familiares puedan programar su vida productiva en torno a esa demanda. Los precios deben ser predecibles y razonables, con el fin de que la mayoría de los productores pueda afrontar su relación con el tianguis.

Un tianguis debe mostrar suficiencia en la variedad de los bienes que oferta, deben ser suficientes y variados para satisfacer las necesidades de las comunidades donde suelen instalarse. En consecuencia, los recursos disponibles para transporte y conservación de los productos deben ser los adecuados para el manejo de la totalidad de las mercancías que los productores deseen vender y los consumidores comprar. En los tianguis se debe garantizar la seguridad de las unidades socioeconómicas que participan, ya que la actividad en el circuito mercantil debe estar protegida por las autoridades de modo que las unidades familiares puedan comerciar sin temor por su seguridad. Esta seguridad debe incluir aspectos como el riguroso cumplimiento de los contratos establecidos con personas ajenas a la localidad, de manera que el mercado pueda extenderse más allá de los lazos de parentesco o residencia.

Un tianguis es regular, suficiente y seguro cuando las regiones funcionales han conseguido una integración económica, política y social. La integración regional es resultado de las inversiones en infraestructura, es decir, en la tecnología básica de transporte y comunicaciones. La integración debe incluir, según Plattner (1991), transporte razonable a precios razonables, lo cual es posible gracias a la inversión en caminos, vehículos,

gasolineras, y proveedores de refacciones para el trasporte motorizado, además de inversión indirecta en apoyos de crédito para permitir a los vendedores el financiamiento de sus compras de equipo entre otros. En las sociedades contemporáneas, los medios de comunicaciones accesibles y eficaces deben permitir la disponibilidad de demanda y suministro de productos provocando la conexión entre otras regiones distantes.

Otro elemento para considerar en la persistencia de las unidades socioeconómicas familiares en el tianguis es la integración política de las regiones funcionales. Este también es un elemento central en el buen funcionamiento del tianguis, ello con el fin de que las unidades familiares no sean objeto de explotación por parte de funcionarios locales al atravesar contornos regionales, y de que el comercio no se vea interrumpido por la violencia delincuencial. Las unidades socioeconómicas familiares deben entrar en contacto con personas bien informadas acerca del comercio, así como tener libertad de movimiento y disponer de suficiente capital para incorporarse al comercio itinerante.

Todos los vendedores itinerantes de un tianguis tienen problemas, y se deben en mayor medida a la información deficiente que manejan. ¿Qué efectos tiene esto en las transacciones económicas que se desarrollan en los tianguis? Podemos destacar dos maneras diametralmente opuestas de involucrarse en una transacción económica en el tianguis. Esto, de acuerdo con Plattner, (1991) pueden ser, por un lado, impersonales o atomizadas, o bien, por otro lado, personales o incrustadas. En las transacciones impersonales las dos partes involucradas no establecen ninguna relación más allá del corto tiempo del intercambio. En conjunto son transacciones atomizadas o no organizadas en grupos o estructuras sociales. Las transacciones personalizadas se establecen entre sujetos que sostienen un trato directo, incluso una vez que el intercambio ha concluido, por lo que se consideran transacciones incrustadas en redes de relaciones sociales.

Las características más importantes de los intercambios de largo plazo que se dan en un tianguis es que tienen que ser personalizados, es decir, que en ellos la personalidad, familia, historia, religión, etcétera, de la otra persona cobran importancia porque permiten confiar en que el intercambio será concluido satisfactoriamente. Cuando más riesgoso es el medio económico, más necesaria para los comerciantes es la información adicional acerca de su socio más allá de los hechos concretos del trato comercial establecido. El modo

impersonal de intercambio argumenta Plattner (1991), se refiere a intercambios de corto plazo en los que cada transacción carece prácticamente de implicaciones para el futuro.

Los intercambios económicos en el interior de las unidades familiares son casos extremos de intercambio comercial personalizado. Póngase como ejemplo la "contratación" de los hijos en los emprendimientos familiares solidarios. Si un padre prefiriere buscar al mejor trabajador fuera del grupo doméstico, para así favorecer los negocios de la familia, en lugar de aceptar que uno de sus hijos labore en su emprendimiento, sería considerado excéntrico. Un trabajador que pertenece a la unidad socioeconómica familiar no intentará negociar las condiciones laborales —horario de trabajo o la temporada de vacaciones— con su jefe que es además su pariente: nunca lo hará de la misma manera en que podría hacerlo cualquier empleado sin nexos familiares con los dueños. La relación de trabajo establecida en estas condiciones se ubica en un contexto de un flujo de largo plazo de relaciones recíprocas y solidarias. Podemos clasificar estas relaciones como de largo plazo, abiertas, caracterizadas por elementos no instrumentales, y con una poderosa carga afectiva, por cuanto contiene nexos consanguíneos. Plattner (1991)

Las sociedades comerciales de largo plazo, en las que se mezclan elementos de los modos personal e impersonal, son comunes en los tianguis. La meta de cada uno de los actores involucrados es su propio interés económico, puesto que la permanencia de la relación se evalúa a partir de los beneficios del corto plazo. Las transacciones se contratan en términos comerciales específicos, aunque una relación paralela de reciprocidad general suele servir de base a la relación estrictamente comercial. Las asociaciones comerciales de largo plazo son mecanismos importantes para la reducción de riesgos comerciales desventajosos para ambas partes. Los comerciantes aducen abundantes razones en favor de estas relaciones. El deseo de los vendedores de estabilizar y regularizar sus ingresos y el deseo de los compradores de que sucediera lo mismo a largo plazo en bien de sus propios intereses representan un factor fundamental en este tipo de relaciones.

¿Pero por qué algunas unidades socioeconómicas familiares les interesa más la seguridad que el ingreso? Básicamente, argumenta Plattner (1991), porque algunos intercambios son demasiado riesgosos para afrontarlos sin la seguridad extra de las relaciones personalizadas. El riesgo existe como consecuencia de información deficiente en los tres componentes principales de los intercambios: en los bienes intercambiados, en las

transacciones, —lo que se refiere a las reglas, acuerdos, y procedimientos pertinentes—, y los actores comprometidos en el intercambio.

Los bienes poseen múltiples atributos, o cualidades, acerca de los cuales es preciso que el comprador esté informado. Es importante distinguir dos aspectos de los bienes: la calidad de búsqueda y la calidad de experiencia. El primero alude a atributos obvios: estilo, tamaño, y color de la ropa, por ejemplo. El problema del consumidor consiste en localizar el conjunto de atributos preferidos en el tianguis. La calidad de experiencia se refiere a aquellos atributos que salen a la luz sólo a través del uso, como durabilidad de la ropa, por ejemplo. El problema de información del comprador es descubrir la calidad de experiencia de algún bien particular antes de la compra, cuando tal calidad no es manifiesta.

Por otra parte, lo que se refiere a la información más relevante acerca de una transacción es el precio, dice Plattner (1991), que las condiciones de pago y la probabilidad que la transacción llegue exitosamente a su fin. No basta con el conocimiento del precio; es preciso conocer también el contexto. Los intercambios que ocurren bajo condiciones de acaparamiento de corto plazo son obviamente diferentes de aquellos en los cuales los términos de la transacción están de acuerdo con un patrón de largo plazo. Los mejores compradores son aquellos que tienen eficaces relaciones personales con los vendedores, quienes no timarán a sus clientes, generando oportunamente lazos de confianza y reciprocidad de largo plazo, porque saben muy bien que dependen de ellos para futuros tratos. En suma, la información problemática acerca de precios, pagos y probabilidades incrementa el riesgo en las transacciones.

Para resumir la argumentación, Plattner (1991) caracteriza los intercambios económicos en un *continuum* cuyos extremos son los modos personal e impersonal de comportamiento. Cuando la información acerca de importantes elementos de los intercambios está ausente, el modo impersonal de comportamiento que implica comerciantes anónimos, y transacciones sin pasado ni futuro, involucra riesgos y costos excesivos. La impersonalidad puede bloquear el intercambio personal económico si los comerciantes manejan bienes de alta calidad, lo cual puede dar lugar a un tianguis restringido si los precios son variables y las transacciones riesgosas. Se obstaculizará también el intercambio si los comerciantes ignoran los atributos de mayor importancia de sus socios comerciales al grado de que puedan toparse con una lección desfavorable. En

tales condiciones, los comerciantes deciden invertir sus recursos en el establecimiento de relaciones de largo plazo con socios cuya identidad se convierte en un factor de valor ético y económico, que genera lazos de confianza y de reciprocidad en el espacio del tianguis.

Las organizaciones económicas populares, pequeños grupos, o asociaciones de personas y familias que gestionan en común sus escasos recursos —en términos de cooperación y ayuda mutua— surgen como organizaciones generadoras de ingresos económicos o de bienes y servicios que satisfacen necesidades básicas de trabajo, alimentación, salud, educación, vivienda, para estos grupos populares basados en el grupo doméstico. Talleres laborales solidarios, comités de vivienda, "comprando juntos", centros de abastecimiento comunitario, "construyendo juntos", huertos familiares, programas comunitarios de desarrollo local, etcétera, son algunos de los tipos de organizaciones económicas populares más difundidos (Razeto, 1993) que se basan en los grupos primarios familiares y comunitarios. La situación de quienes participan en la economía popular se define más como trabajadores autónomos y/o asociativos que como empresarios propiamente tales. Sus participantes son trabajadores, grupos organizados de mujeres, personas que tienen la expectativa de salir de la marginalidad en que se encuentran, grupos que en su propia acción integran las dimensiones económica, social y política de la vida social, sujetos que manifiestan aspiraciones transformadoras respecto a las estructuras predominantes en la sociedad. (Razeto, 1993)

El “puesto” —el diccionario de la Real Academia Española (2020) lo señala como “Lugar o sitio señalado o determinado para la ejecución de algo”, también como “Tenderete, generalmente desmontable que se pone en la calle para vender cosas”, o como “Tienda de un mercado”— en el tianguis, como una unidad de producción y reproducción socioeconómica y doméstica, puede tratarse de una iniciativa que se desarrolla desde el seno mismo de los sectores populares, entre los más pobres y marginados. La lógica operacional particular de los tianguis es que se da de manera autogestionada, y con objetivos claros de autosubsistencia de sus miembros. Se trata de uno de los tipos de organización económica popular cuyas características pueden ser expresadas así: “puesto” como unidad de operación económica en pequeño, que opera con una reducida dotación de capital y equipo, y con tecnologías simples que implican utilización intensiva de fuerza de trabajo generalmente poco calificada, que han sido organizados asociativamente por

trabajadores que no encuentran ocupación en otro tipo de empresas, y que cooperan entre ellos en base a la puesta en común de sus capacidades de trabajo, para enfrentar solidariamente el problema de la subsistencia.

En este tipo de puestos, como unidades de operación de economía popular y de base doméstica, en el tianguis, el objetivo principal es la subsistencia de sus miembros integrantes de familias solidarias que buscan la disminución de la marginalidad, es decir, la satisfacción de sus necesidades fundamentales con cierta dirección estratégica. En este tipo de emprendimientos populares la estimación de ganancias y la acumulación de excedentes económicos no son determinantes. El elemento económico fundamental estriba simplemente en el ingreso neto que los participantes laborales obtienen como resultado de su trabajo, que puede ser directamente en ingresos monetarios obtenidos con la venta de las mercancías. Lo que los participantes laborales invierten en el puesto, como emprendimiento de la familia solidaria, es su propia fuerza de trabajo y su tiempo, ocupados en distintos grados de intensidad y duración simplemente acordados.

Cuando el puesto, en cuanto a sus trabajadores, funciona con estas dos variables, *ingreso neto* y *tiempo de trabajo*, entonces la lógica de funcionamiento en este tipo de empresas de subsistencia estará dada por el nivel de ventas en que se establezca un balance entre lo que los trabajadores consideran como un adecuado nivel de ingreso, y lo que consideran como un adecuado nivel de intensidad del trabajo que realizan, esto enmarcado en sus propios parámetros de reproducción.

1.3.3 El género, organización y liderazgo en el tianguis

La asignación de roles de género dentro de la Unidad Socioeconómica Familiar tiene la función de establecer los límites en los que prioritariamente se mueven una mujer y un hombre, esto como parte de su designación identitaria culturalmente construida. Algunas actividades que realizan los integrantes de una unidad doméstica, como por ejemplo las labores domésticas, que tienen la cualidad de producir bienes materiales y simbólicos de importancia en los procesos de producción y reproducción social y económica, sin los cuales la esfera productiva de cualquier economía no estaría garantizada. Es así como el trabajo doméstico o, como lo designan algunos autores, trabajo reproductivo, puede

conceptualizarse como el conjunto de actividades encaminadas hacia la reproducción cotidiana y cuya sede de producción es el hogar, en cuya dinámica interna incorpora actividades que se les vinculan a la producción de alimentos, cuidado de hijos, educación, transportes, pago de servicios, entre muchas otras actividades. (Peredo, 2003) En general todos participan en el trabajo del hogar, hombres, mujeres, niñas, niños, jóvenes, adultos mayores, pero lo hacen de manera diferenciada y jerarquizada.

La división del trabajo al interior de la unidad doméstica reproduce la pirámide social en la que las mujeres ocupan la base, realizando las tareas más laboriosas con una mayor responsabilidad y vinculación identitaria. Los hombres también las realizan, pero de manera más superficial, y tareas que generalmente no constituyen una preocupación o responsabilidad permanente en sus vidas diarias. En consecuencia, al interior de la unidad encontramos una clara división del trabajo que se organiza y reafirma en función de jerarquías sociales consideradas universales, donde se construyen sujetos sociales hombres, mujeres, adultos, niños, todos ellos basados en relaciones de poder y con características de una sociedad que otorga prerrogativas y privilegios de dominio al sexo masculino sobre el femenino: una sociedad patriarcal que se ve reflejada propiamente en un tianguis. Dentro de la unidad familiar se desarrollan procesos culturales de adaptación y diferenciación de identidades tanto de género como de clase y étnicas, como procesos que tienen como contexto los diferentes códigos de comportamiento y sistemas de valores que se articulan en una sociedad como la mexicana.

En nuestras sociedades, la incorporación de la mujer en el mercado laboral no ha venido acompañada de una redefinición de los roles de género al interior de la unidad doméstica. El tipo de participación económica femenina es un factor que afecta de manera diferencial las relaciones establecidas entre los miembros de las familias y, por tanto, su organización y división del trabajo. En las últimas décadas ha sido notorio un incremento de la participación femenina en el mercado de trabajo, al mismo tiempo que se observa un deterioro sistemático en las condiciones laborales para el género femenino, tendencia que se puede observar a nivel comunidad, regional, nacional e internacional.

Adicional a ello estamos ante cambios en las modalidades de organización y funcionamiento que probablemente estén implicando una modificación en algunas

dimensiones de las relaciones y de las identidades de género. Dada la creciente precarización del empleo masculino, y la consecuente reestructuración de los arreglos laborales de los hogares por la creciente participación económica femenina, ya sea en el mercado de trabajo formal o informal —como puede ser en el tianguis—, producto de las continuas crisis económicas experimentadas en el sistema capitalista y en el país, y de los nuevos requerimientos del mercado de trabajo, todos ellos factores que están contribuyendo a poner en cuestionamiento el papel de los hombres como proveedores únicos de las familias, así como la centralidad del poder y la autoridad en la figura del padre (Gutmann 2000; García y Oliveira 2005 y 2006; Rojas 2008).

A pesar de la creciente incorporación de las mujeres al mercado laboral mexicano, persisten patrones en la división sexual del trabajo que restringen las oportunidades laborales de las mujeres, quienes aún son las principales responsables del trabajo reproductivo y del cuidado familiar, sobre todo en sectores sociales populares y marginados (Esteinou, 1996; Ariza y Oliveira 2004; García y Oliveira 2005; 2006). En ese contexto se observa el surgimiento de nuevas formas organizativas y de relaciones de género en la vida familiar, a partir de la diferente incorporación laboral de las mujeres: por cuenta propia a través de emprendimiento familiares —en los tianguis o en contextos similares— o asalariada. Consideramos que el tipo de participación económica femenina es un factor que afecta de manera diferencial las relaciones establecidas entre los miembros de las familias y, por tanto, su funcionamiento y división del trabajo.

En México, mientras la inserción femenina en la actividad económica remunerada se ha incrementado significativamente, el modelo de organización familiar caracterizado por la presencia de un jefe varón como proveedor exclusivo del sustento familiar parece estar en crisis (Oliveira 1994). La creciente participación de la mujer en la actividad económica puede llevar a un punto de bifurcación. Por un lado, puede incidir en la modificación de las relaciones existentes entre hombres y mujeres, posibilitando nuevas pautas de convivencia y creando espacios para la democratización de dichas relaciones; y, por otro lado, puede propiciar un incremento del trabajo doméstico compartido, propiciando un nuevo balance entre derechos y obligaciones.

Se ha podido observar que entre las mujeres que se incorporan el mercado de trabajo y que pertenecen a sectores medios existe, en una importante medida, la consideración de que su contribución monetaria en el grupo doméstico es central para la reproducción familiar. Estas mujeres además participan en forma importante en la toma de decisiones y en el control de su reproducción y casi todas tienen garantizada su libertad de movimiento. Por el contrario, entre las mujeres de sectores populares se considera que su contribución a la generación de ingresos es menos importante y consideran que el responsable de aportar mayor ingreso monetario es el cónyuge, razón por la cual estas mujeres del sector popular tienen menos libertad de movilidad y tienen que pedir permiso al esposo para salir de casa. (Rojas, 2010)

Es importante destacar que cuando la mujer se incorpora al mercado de trabajo asalariado, ello propicia modificaciones en la división del trabajo en sus hogares, lo cual eventualmente trae consigo una mayor participación del esposo en el trabajo doméstico y en el cuidado de los hijos. A su vez provoca una menor centralización del poder que se acompaña de una menor subordinación de la mujer, por lo que se puede notar una mayor participación femenina en la toma de decisiones en el hogar. En contraste, el trabajo por cuenta propia de las mujeres, en pequeños negocios familiares, propicia que ellas continúen haciéndose cargo, directa o indirectamente, del cuidado de los hijos y del trabajo doméstico, es decir, de las labores de reproducción en el hogar. Veamos cómo se da este fenómeno. En un trabajo de Olga Lorena Rojas (2010) se destaca que las formas organizativas en el ámbito doméstico están relacionadas con el tipo de inserción laboral femenina: por cuenta propia —vía emprendimiento familiar— o asalariada. Sin distinción del tipo de trabajo desempeñado, tienen arraigada la idea jerárquica de que su cónyuge es el jefe del hogar puesto que él tiene la obligación, por ser hombre y tener que trabajar, de llevar el gasto para la manutención de todos los miembros de la unidad doméstica.

Las mujeres que trabajan por cuenta propia lo hacen en el domicilio donde vive la familiar, o muy cerca de ella, y en un negocio de tipo familiar o emprendimiento. Este perfil laboral podría repercutir en la percepción que tienen de su trabajo, considerándolo como una extensión de sus obligaciones domésticas y familiares, como una actividad complementaria a las actividades reproductivas que desarrolla dentro del espacio

doméstico, el cual finalmente es percibido como el espacio de lo femenino. De ahí que este tipo de trabajo sea visto por ellas como un apoyo al marido y no como un trabajo o actividad laboral que ellas desempeñan. (Rojas, 2010) Al contrario de lo anteriormente señalado, las mujeres que trabajan como asalariadas consideran que su actividad es un trabajo y no forma parte de sus obligaciones domésticas. Estas mujeres suelen opinar que su trabajo es importante no sólo porque de él obtienen un ingreso, sino porque sienten satisfacción al desempeñar una actividad fuera del ámbito doméstico.

El trabajo femenino que se realiza por cuenta propia es un factor importante para tomar en consideración en el análisis de las transformaciones de las relaciones de género en los hogares. De esta manera las mujeres involucradas en actividades por cuenta propia experimentan culpa por no atender a sus hijos y a su casa como ellas quisieran. Por ello, su estrategia es ir y venir constantemente del negocio familiar a su casa para no desatender a su familia puesto que no cuentan con la colaboración del cónyuge en lo que al cuidado de los hijos se refiere, ni en la realización de las tareas domésticas. Las mujeres que trabajan por su cuenta generalmente desconocen los ingresos de sus maridos, y por tener muy poca participación en la toma de decisiones respecto a la distribución del presupuesto familiar. Es importante mencionar que la participación de los esposos en las actividades domésticas es escasa en los hogares de mujeres asalariadas, y prácticamente nula en los hogares de mujeres al frente de un negocio familiar.

Hoy en día la incorporación de las mujeres en el trabajo con un emprendimiento familiar es un tema de estudio que a la vez refleja la actual situación económica, política y cultural del país. La presencia de las mujeres en los tianguis es un fenómeno que ha sido poco abordado. El hacer visible a las mujeres en estos lugares, como en cualquier otra área laboral, requiere de un compromiso y un trabajo de muchos estudiosos del tema. Se puede decir que cada día existe un mayor número de mujeres que colaboran activamente en la actividad mencionada anteriormente. Sin embargo, persisten distintos factores que siguen limitando el trabajo femenino, como, por ejemplo, el ideológico que limita el trabajo de las mujeres como consecuencia de la permanencia de la estructura familiar tradicional. La presencia de las mujeres en el tianguis, como en cualquier otra actividad ocupacional, no indica hoy en día que ellas hayan logrado igualar su participación ante los demás.

Objetivamente significa que sólo han logrado incorporarse en algunas de esas actividades que se consideraban propias para el quehacer masculino, como puede ser dirigir y ordenar un emprendimiento, ser propietarias, elegir y hacer transacciones de productos.

En ese contexto, las mujeres que tienen una presencia política y de ejercicio de poder en el ámbito del tianguis, como lideresas, son mujeres que van incrementando estatus y prestigio frente a los demás, a partir de la misma experiencia que adquieren con el tiempo. Las mujeres líderes, que conforman una pequeña pero significativa parte de ese grupo de personas que conforman el tianguis, al construir su identidad, y al haberse involucrado en las actividades consideradas como masculinas, construyen un proceso de socialización que permite el mejoramiento en el bienestar personal y familiar. Esto ha significado que estas mujeres tengan que organizar a su propia unidad doméstica y, en otros casos, a un considerable número de personas en una relación de interdependencia, lealtad, y subordinación. Independientemente de ser un proceso de socialización, esto incluye también la interiorización de las categorías que les permiten insertarse en las exigencias del tianguis para que posteriormente logren ocupar parte de ese orden social. La constante defensa de su lugar como mujeres tianguistas, o como líderes de un sector específico del tianguis, es una categoría que aprenden a interiorizar, fenómeno que en ocasiones las estigmatizan como personas agresivas. Sin embargo, ellas mismas comprenden que si no se comportan de esa manera es muy difícil de que los demás lleguen a respetar sus decisiones.

1.3.4 El tianguis y sus prácticas sociales: el imaginario social y la interacción familiar-comunitaria

La unidad doméstica que opera económica y laboralmente en el tianguis está íntimamente acompañada de vivencias cotidianas que dan cuenta de una configuración de formas de ganarse el día a día para sobrevivir. La importancia del tianguis para las familias consiste fundamentalmente en que se constituye como el lugar donde la unidad doméstica acude para intercambiar los productos de su trabajo y para adquirir las mercancías de origen agrícola e industrial que no produce. Si bien hoy en día los tianguis conservan en ciertos aspectos exteriores su aire tradicional de vendedores sentados en la calle, regateo, en el fondo son uno de los nervios centrales de la articulación de la economía mercantil simple o campesina con la economía capitalista nacional, y a veces internacional. El tianguis, como

puente que vincula las comunidades no exactamente capitalistas con el mercado nacional, tiene una doble función. Al respecto Paré (1975) comenta que su función ha sido extraer los excedentes regionales para su redistribución en el mercado nacional e incorporar al mercado interno de consumo al campesinado a través de la distribución de productos de origen industrial.

Un aspecto de vital importancia del tianguis es la transmisión de saberes a través de la interacción familiar. Las unidades domésticas en el tianguis tienen formas peculiares de transmitir lo que saben: conocimientos que obedecen a prácticas construidas histórica y culturalmente —véase al respecto el estudio que al respecto hizo Guillermo Bonfil Batalla (1973) en los años sesenta del siglo XX—. El contenido que se transmite, como las formas de realizar las tareas en el tianguis, contribuye a formar sujetos concretos y una comunidad particular. Las enseñanzas dadas evidencian formas de transmisión del saber, lo que indica la diversidad de formas de ser, saber y estar en continuo contacto con el mundo. Al identificar la interacción familiar comunitaria a través de algunas características de los procesos de transmisión del conocimiento, al interior de la unidad doméstica, nos encontramos con que estas enseñan sus saberes a personas cercanas —hijos, hijas, sobrinos, vecinos y en general a su propia comunidad—, a personas que demuestren interés o habilidad, lo que indica que esta práctica social está mediada por relaciones de parentesco, identificación y cualidad. Para la enseñanza de ciertos conocimientos existen condiciones de edades importantes para las unidades domésticas, pues se considera que el conocimiento lo tienen las personas mayores. Es por ello por lo que se le enseña generalmente a niños, niñas y jóvenes o al menos son el foco para la enseñanza de conocimientos y transmisión de información cultural.

Las unidades domésticas por tradición toman como referente la división sexual del conocimiento. Se evidencia que los niños desde pequeños se les enseñan ciertas habilidades en el emprendimiento familiar, así como otras obligaciones tales como trabajar la tierra, identificar los ciclos climáticos para la siembra, así como a construir obras de infraestructura. Mientras que a las niñas se les enseña a cocinar, alimentar a los animales de granja, cuidar a niños, aunque actualmente estas modalidades se han ido rompiendo y las mujeres han hecho visibles sus conocimientos y habilidades en labores agropecuarias, en

política, y en la organización social. En general para las unidades domésticas los aprendices deben ser personas que demuestren su interés, curiosidad, aptitud y deseo de aprender, lo cual se materializa cuando se ponen al servicio de los "maestros" como ayudantes y aprendices. Los aprendices de las unidades domésticas han estado centrando su atención en modos de vida diferentes, en el que diversos sistemas e instituciones han incidido directamente, como el sistema educativo, los medios de comunicación, los imaginarios colectivos, y los mismos discursos emitidos en las unidades domésticas.

En las formas de enseñanza de los saberes de las unidades domésticas, esas unidades enseñan lo que saben a través de la comunicación verbal. Aunque se utilicen otras herramientas y dispositivos, el lenguaje es determinante para enseñar y aprender. Para las unidades domésticas existen otros elementos centrales aparte de la comunicación verbal. Uno de ellos es mediante la enseñanza de las costumbres por medio del ejemplo como factor demostrativo, el hábito, y las historias de origen. A través de esto es posible reconocer otro asunto fundamental en la forma de enseñanza en las unidades domésticas, el aprender en la práctica, pues los conocimientos de estas unidades son existenciales, y la experiencia representa una fuente de conocimiento, un lugar desde donde establecer relaciones con el resto del mundo.

Es así como las unidades domésticas manifiestan haber aprendido lo que saben en la dinámica de la vida cotidiana. De esta manera aprendieron a trabajar en el emprendimiento familiar. No asistieron a academias o instituciones a aprender o construir saberes, sino, por el contrario, desde la realidad concreta, desde la experiencia de la vida cotidiana. Los infantes en la unidad doméstica comienzan su proceso de aprendizaje observando a sus padres y jugando con elementos propios del emprendimiento, exploran elementos de trabajo de sus padres. A los seis o siete años comienzan a realizar labores aptas para su edad, como apoyar en actividades sencillas que se realizan en el emprendimiento ayudando a sus padres. Posteriormente, en edades de diez a doce años, los niños acompañan a sus padres a trabajar o en las labores diarias. Los padres asumen el papel de tutores, explican o corrigen, y la observación y la práctica son fundamentales. Luego ese saber se enriquece en la interacción diaria con el mundo y sus familias, vecinos y comunidades. La transmisión de saberes se hace aprendiendo a sentir emociones en su contexto, aprendiendo a tomar

responsabilidades, aprendiendo a trabajar en el emprendimiento, consolidando los secretos del propio emprendimiento.

Los lugares para la enseñanza de los saberes de la unidad doméstica ocurren en el mismo lugar en que se aplican: son primordialmente la casa y los lugares donde se ubica el emprendimiento. En muchas ocasiones lo más importante no es la práctica en sí misma la que permite realizar los saberes, sino el sentido, el ser, la construcción simbólica alrededor de esta, y la cosmovisión o forma de pensar que subyace en estas. Es decir, lo importante es el discurso que sustenta y significa las prácticas de las unidades domésticas, pues todos los saberes traen consigo una construcción de mundo y un sentido de vida, que finalmente es lo que determina la forma como construimos y reconstruimos nuestro mundo.

La enseñanza de los saberes de la unidad doméstica es constante, casi permanente, en las etapas tempranas de los ciclos de vida y familiar. Durante toda la vida se puede aprender y enseñar, pero depende del grado de profundización, el tipo de saber, el nivel del aprendiz, y los tiempos biológicos y culturales. Estos procesos tienen una variación en el tiempo, dependiendo de la profundidad o grado de especialización con que se aborde, pues existen conocimientos que se aprenden en la vida diaria, en la interacción con las personas, y en la convivencia constante, como, por ejemplo, el trabajo en equipo en el emprendimiento, entre muchos otros que permiten la reproducción y recreación de la vida y la cultura. Para la unidad doméstica, la enseñanza activa y dirigida de los conocimientos es hasta que se tenga dominio de las prácticas por parte del que está aprendiendo, hasta, como se acostumbraba en los antiguos gremios, se pueda dar el paso de “aprendiz” a “maestro”. Generalmente se piensa que este proceso de enseñanza dirigida y tutorada se prolonga hasta que se forma una nueva familia. Los padres dicen entonces que “ustedes ya están preparados para defenderse en la vida” es decir, ya tienen los conocimientos suficientes para constituirse como una nueva familia o con cierta libertad y autonomía.

El periodo para aprender los saberes de las unidades domésticas es el de la niñez y la juventud, pero la especialización en ellos puede durar toda la vida, pues manifiestan que siempre hay algo nuevo que aprender o profundizar. Las unidades domésticas manifiestan que enseñando sus saberes han logrado conservar y recrear sus culturas, les ha permitido sobrevivir y fortalecer sus formas de resistencia y pervivencia cultural. La unidad

doméstica expresa que sus hábitos y modos de vida, transmitidos de generación en generación, les han permitido tener vidas saludables, tranquilas y de gran satisfacción, a pesar de insistir a sus nuevas generaciones que la felicidad está en otro estilo de vida.

1.3.5 Los valores y las instancias de socialización de la unidad socioeconómica familiar en el tianguis: familia, comunidad, escuela, religión.

Aquí revisamos cómo la unidad socioeconómica familiar interactuando en el tianguis es un elemento clave en la organización y dirección del proceso de incorporación de sus miembros a las actividades del emprendimiento familiar. Buscaremos las maneras en que se orienta a la formación de la identidad cultural de sus integrantes al incorporar las influencias formativas de los grupos primarios: la familia y la comunidad. La socialización familiar y comunitaria en la unidad doméstica es uno de los efectos del emprendimiento. Para ello no basta la labor educativa de la educación formal escolarizada. Desempeña también un importante papel factores "impartidos" informalmente en espacios como la familia, la comunidad, la religión, lo festivo, es decir, los grupos familiares y comunitarios en los cuales esos sujetos se desenvuelven.

El proceso de socialización es la base para la adquisición de valores éticos, valores culturales, y principios que norman los comportamientos en los hogares, ello a partir de la interiorización de los conceptos, significados y prácticas para su desenvolvimiento en la vida cotidiana y que con frecuencia son aplicados en los tianguis. Sin embargo, aunque el propósito puede ser similar para cada medio socializador, tiene diferentes formas de proyectar sus influencias en cada sujeto, según sus roles sociales. Estos espacios sociales transmiten valores morales o culturales mediados por la experiencia de los adultos y mayores y conducen la formación de la identidad sociocultural que se proyecta en las rutinas socioeconómicas.

Las formaciones sociales que coinciden en la comunidad contribuyen a enriquecer las experiencias de los integrantes de la unidad doméstica en los tianguis, propician espacios de debate y concertación de acciones, y estimulan las transformaciones necesarias para alcanzar una convivencia más útil y placentera: son la vía hacia el proceso identitario, el sentido de pertenencia, y la construcción comunitaria de significaciones imaginarias. Las

unidades domésticas también pueden lograr en la comunidad un protagonismo en actividades de las organizaciones políticas, aunque no necesariamente partidistas. También es importante tomar en consideración las actividades que permitan hacer más viable la comunicación al interior de la unidad doméstica con otros grupos, y de otros grupos con los miembros de la familia. Por tanto, en la planificación de las actividades de la unidad doméstica en el tianguis es fundamental diseñar las actividades de manera que sus integrantes puedan ampliar su sentido de pertenencia a su unidad, a su familia, a su comunidad, y a su región. (Rodríguez, s.f.; Dabas, 2003; Knallinsky, 2010)

La unidad socioeconómica familiar que participa en los intercambios mercantiles en los tianguis siempre tiende a tomar en consideración, de manera implícita y explícita, las tradiciones religiosas y populares, locales y regionales. Estas tradiciones transmiten códigos del pasado, es decir, el conjunto de conocimientos que cada generación entrega a la siguiente. La permanencia del pasado vivo en el presente es la idea de tradición que remite al pasado, pero también a un presente vivo. Por tanto, es transmisión de herencia colectiva, legado, y su renovación en el presente. Por lo tanto, la tradición que contempla la unidad doméstica es una construcción social que se elabora desde el presente, sobre el pasado, en la medida que es expresión de identidad conformada de los grupos primarios en una comunidad o localidad.

En consecuencia, las tradiciones que se practican en la unidad doméstica tienen lugar en un contexto local, y por ello los individuos que la conforman siguen determinadas costumbres, mantienen formas de lenguaje, cantos, hábitos alimenticios, fórmulas medicinales, que se convierten en parte esencial de la cultura popular, llegando incluso a configurar un sello que las define y que con frecuencia son aplicadas en la convivencia día a día en el tianguis. Es decir, se asume un conjunto de prácticas, costumbres y formas de pensar que son características de una comunidad en determinado momento histórico y que se redefine con el tiempo, enriqueciendo el núcleo constitutivo de ella que llega concebir la identidad cultural como el entramado de relaciones que conforman la cultura popular. Las tradiciones que ejerce la unidad doméstica se dan en la vida cotidiana, son productos de la relación de los individuos, son las emociones, los sentimientos, la herencia cultural, los valores acumulados de la cultura.

Como contexto comunicativo, las tradiciones representan y expresan un contenido espiritual emocional, signos que trasmiten un pensamiento e influyen sobre la conciencia. Ellas influyen en los sentimientos y la imaginación que juegan un importante papel en la percepción, creencias, y modos de actuar de los individuos en su contexto. Desde esta perspectiva se entiende que las tradiciones son valores que configuran un carácter y una psicología colectiva de la memoria histórica de un grupo humano. Expresan la subjetividad y las expresiones folclóricas de los pueblos, forman parte de las relaciones sociales, y se trasmiten de generación en generación. Están presentes en la forma de pensar de los pueblos, los barrios, en las prácticas cotidianas que las unidades domésticas realizan en los tianguis y que le da cierta peculiaridad al comercio que se practica en los tianguis. (Rodríguez, s.f.; Dabas, 2003; Knallinsky, 2010)

También dentro de las tradiciones se puede identificar las expresiones orales que se construyen al interior de la unidad doméstica y que encuentran su expresión en el tianguis. Esta oralidad cuenta con diversas formas discursivas como las frases coloquiales y las narraciones que se construyen para lograr una plena comunicación, encargadas de sostener una función intermediaria para fijar la memoria social y para modelar la memoria individual que se estructura por referencia a ella. Las frases coloquiales llevan, además, la carga fundamental de la función expresiva de la lengua, de la expresión verbal de la esfera emocional y cognitiva, así como de las representaciones subjetivas de la realidad, de cómo es calificada y valorada socialmente.

El andamiaje constitutivo de la cultura tiene en las tradiciones una fuente valiosa de identidad. Aun cuando está cargada de subjetividad, puede constituirse en un recurso educativo al interior de la unidad doméstica, si se tiene en cuenta que por él se entiende aquello que, en un contexto educativo informal, es utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas de la unidad doméstica en el emprendimiento familiar. Tal afirmación se sustenta en la idea de que, a través de la descodificación y la organización didáctica de la transmisión de conocimientos, las tradiciones pueden contribuir a formar la identidad cultural de una comunidad, pueblo o nación si se logra enseñar y aprender desde los referentes que ellas poseen.

En este sentido, se advierte que, por su propia esencia, las tradiciones son fuentes de conocimientos, porque además de considerar su mecanismo de acumulación y transmisión de expresiones vitales, propio cualitativamente de la cultura de la que es constitutiva, ellas poseen un valor moral esencial, toda vez que son expresión de la cosmovisión de los grupos y sujetos a partir de la valoración positiva que tienen de los fenómenos y procesos cotidianos. Las tradiciones son instrumentos valiosos porque constituyen también una forma creativa de la cultura de las comunidades. Actúa en forma de vivencias y sólo por medio y a través de ellas es que el hombre puede adquirir su experiencia vital de miembro de una comunidad, barrio o familia.

El individuo interioriza y se apropia sólo de aquello que vive y elabora emocionalmente. La identidad cultural de los integrantes de la unidad doméstica se consigue una vez que el sujeto en formación las asuma como parte de su vida cotidiana, como un aspecto del cual él se sirve para afirmar su existencia, pertenencia, y a la cual está llamado a enriquecer con los nuevos significados y sentidos del momento en que vive. Lo que aquí se destaca es que la formación de la identidad cultural es un objetivo implícito en la transmisión de conocimientos y forma parte del fin supremo de contribuir a la formación cultural integral de las nuevas generaciones. La unidad doméstica se erige como centro gestor del proceso en el cual deberá conseguir la participación consciente de los demás integrantes en el proceso de adquisición de conocimientos. Si bien en este interés juegan un papel importante las actividades que se desarrollan en el emprendimiento familiar, existen diferentes actividades que pueden propiciar esta formación, sobre todo para facilitar la apropiación de los valores culturales que configuran la identidad comunitaria y de la familia.

La comunidad encierra en sí misma un aprendizaje cultural que legitima y acredita el lugar de cada uno en ella. La unidad socioeconómica familiar promueve y concreta, a través de los saberes allí generados, la significación y el sentido de su contenido, y la familia consigue ser expresión concreta al otorgar sentido de pertenencia a lo cotidiano. La tradición contenida en la unidad doméstica emerge como un saber necesario y en ella las tradiciones informan acerca de las raíces y maneras de concretar la cosmovisión de la

realidad más cercana en consonancia con los marcos más generales: el ocio, el trabajo, la religión o la producción material.

Conclusiones

En el presente capítulo de esta investigación se realizó una revisión histórica, teórica y conceptual de los elementos que nos sirvieron para analizar el papel de las familias en sus estrategias de reproducción social aplicadas fundamentalmente en los tianguis, en el contexto de la Economía Social Solidaria, lo cual nos permitió construir el marco teórico metodológico de nuestro trabajo de investigación.

El capítulo contiene tres apartados, el primero se realizó una breve revisión histórica de la existencia del tianguis que abarca desde la época precolombina pasando por la colonización hasta la etapa contemporánea, tal ejercicio nos permitió precisar algunas características socioeconómicas de los tianguis en general. Como el tianguis se encuentra inserto en un territorio específico nos provocó realizar una propuesta de región funcional operando al interior de esta un circuito mercantil de cuatro tianguis, que nos permitiera entender su lógica de funcionamiento. Paralelo a ello se discutió el emprendimiento, la unidad doméstica y la unidad socioeconómica familiar funcionando en los tianguis. El segundo apartado del capítulo se realizó una aproximación del tianguis en el contexto de la Economía Popular Solidaria. Finalmente en el apartado tres de este capítulo, abordamos el análisis de la estructura socioeconómica del tianguis.

CAPITULO II. CIRCUITO MERCANTIL DE LOS TIANGUIS: SAN MARTIN TEXMELUCAN, HUEJOTZINGO, SAN PEDRO CHOLULA Y ATLIXCO

Introducción

La intención de este capítulo es realizar una caracterización de los principales indicadores socioeconómicos y culturales de la población que cohabita en la región funcional que estamos proponiendo, así como entender la naturaleza propia del circuito mercantil insertó en dicha región, en cuanto a la dinámica comercial que lo define. Dicha caracterización tanto de la región como del circuito mercantil nos permitirá conformar el marco de análisis de las estrategias de reproducción de las unidades socioeconómicas familiares utilizados en los tianguis, que nos servirán de marco de referencia para entender su cuadro conductual de las familias en la economía social solidaria. Esto nos posibilitará capturar los elementos solidarios de las unidades socioeconómicos en su ámbito de acción en los tianguis.

Es importante destacar que dado que estamos proponiendo una regionalización que se adecua a nuestro objeto de estudio, hemos tomado en consideramos algunos elementos que nos permiten realizar dicha regionalización, tales como elementos históricos, geográficos y culturales, que hacen un contenido especial a nuestra región. Dichos elementos se traslapan en torno a una regionalización económica, cultural, política y social.

2. APROXIMACIÓN DIAGNÓSTICA: EL CIRCUITO MERCANTIL SAN MARTIN-HUEJOTZINGO-CHOLULA-ATLIXCO

2.1. SOCIEDAD EN EL CIRCUITO MERCANTIL: ENTRE LO URBANO Y LO RURAL

La tendencia nacional hacia la urbanización no ha sido ajena en el estado de Puebla. Para este estado, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), para el año de 2020 el 73 por ciento de la población vive en localidades urbanas, mientras que el 27 por ciento en localidades rurales. Esto significa que 4,805,789 personas viven en localidades urbanas mientras que solamente 1,777,485 en poblados rurales. Este crecimiento en población y territorio orientado a la urbanización ha provocado que el

estado de Puebla centralice sus políticas públicas hacia las localidades urbanas y atienda sus necesidades, dejando de lado una amplia proporción de lo que representa la ruralidad.

Con la expansión de las ciudades con frecuencia resulta que las poblaciones rurales se convierten en pequeñas ciudades, o aún pequeños poblados, satélite, anexas de distintas maneras a los centros urbanos. Una de las consecuencias de la expansión de las ciudades es la apropiación del terreno agrícola, lo que supone la eliminación de zonas verdes y la desaparición de medios de subsistencia rurales. En ese sentido, se ve afectada la producción agrícola por la disminución continua de las áreas de cultivo, y, por lo mismo, una paulatina pero constante transformación de las características del modelo económico que le daba sentido y contenido al medio rural. (Delgado y Galindo, 2006)

En efecto, San Pedro Cholula y San Martin Texmelucan son municipios —y, al mismo tiempo, cabeceras municipales y regionales— que han enfrentado con fuerza esta tendencia. El caso de San Pedro Cholula es un ejemplo claro de estos procesos de cambios y permanencias socioeconómicas y socioculturales. La población cholulteca —en especial en dos de los tres Cholulas, San Pedro y San Andrés— ha estado tomando características eminentemente urbanas de su vida, lo que distintos investigadores han denominado como *nueva ruralidad* (véase, por ejemplo, Salas y Rivermar, 2011), tales como su modo de vestir o sus ocupaciones económicas, y, al mismo tiempo, están reafirmando elementos socioculturales, tales como las fiestas patronales y las relaciones comunitarias, que han afianzado su sentido de pertenencia y han ayudado a reconstruir una identidad que los diferencia culturalmente de los habitantes de la ciudad de Puebla y de quienes han llegado a residir en el lugar. (Velasco Santos, s.f.)

En la última década del siglo XX se entretejieron varios factores internos y externos que terminaron por desgastar la dinámica rural-agrícola de las dos regiones mencionadas, la de San Pedro Cholula y la de Huejotzingo. Los proyectos de planeación urbana y la tendencia del mercado de tierras a la especulación sobre los suelos agrícolas, esto en la periferia occidental de la ciudad de Puebla, despojaron a miles de agricultores de sus tierras de labranza, así como la llegada de la Universidad de las Américas (ahora la UDLAP) en los años setenta provocó una fuerte diversificación ocupacional y trasformación territorial. Estas evoluciones, provocaron el alejamiento de las actividades agrarias y la diversificación ocupacional, lo cual a su vez ha contribuido a crear nuevas y redefinir viejas dinámicas

sociales en las dos regiones. Por una parte, por ejemplo, los pobladores encontraron la posibilidad de trabajar en el propio municipio de San Pedro Cholula y sus diferentes localidades, lo que de cierta manera posibilitó darle continuidad, aunque de forma reconfigurada, a las dinámicas sociales rurales. Por otra parte, la población de esas regiones se adaptó a otras dinámicas con distintos contenidos urbanos, dando lugar a una forma actual de ruralidad. (Velasco Santos, s.f.) Es decir, a pesar de que sus habitantes ya no están centralmente ligados al trabajo agrícola, sus dinámicas sociales y culturales, así como su identidad sociocultural, siguen arraigadas.

La complejidad de la interacción entre los procesos globales y locales en la actualidad nos hace pensar que "lo rural" ha dejado de estar ligado irrefutablemente a lo agrícola. Esta dinámica se observa a lo largo de nuestro circuito mercantil, donde la mayoría de las industrias fueron ubicadas en tierras ejidales de los municipios de San Pedro Cholula, Huejotzingo, San Martín Texmelucan, y Atlixco, sin perder de vista que este último municipio tiene una dilatada historia industrial orientada hacia lo textil. Como es conocido, muchos de los poblados rurales de estos municipios y regiones carecen de servicios públicos básicos de calidad. Además de que con frecuencia se encuentran en condiciones de marginación y pobreza debido a la falta de acceso a las oportunidades que ofrecen las ciudades. Lo anterior no implica que no encontremos riqueza natural en algunas de las zonas agropecuarias de la región.

En cuanto a servicios y equipamiento —educación, salud, trámites gubernamentales, etcétera—, se encuentran muy por debajo del nivel que sostiene la región más urbanizada del estado de Puebla. Además de que los servicios públicos municipales y estatales se concentran en las cabeceras municipales, es decir, no llegan a las localidades rurales. Por ejemplo, en los treinta y tres municipios que componen nuestras regiones que integran el circuito mercantil, basado en las cuatro regiones funcionales —San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula, y Atlixco—, se cuenta con cuatro hospitales generales —Huejotzingo, San Martín Texmelucan, San Pedro Cholula y Atlixco—, aunque todos los servicios de salud están centralizados únicamente en las áreas urbanas de San Martin Texmelucan y San Pedro Cholula.

Además de la pobre cobertura de servicios públicos y equipamiento, el crecimiento de la población urbana genera problemas para producir alimentos suficientes para un

número creciente de población en las cuatro regiones del circuito mercantil. El aumento de la tecnificación del campo ha provocado que las y los pequeños productores dejen de ser protagonistas en las cadenas de suministro alimenticio, aun cuando es a ese nivel en donde se desarrollan cultivos más sustentables. En tanto que el crecimiento urbano de baja densidad ha provocado la pérdida de las tierras agrícolas más valiosas por su cercanía con las *economías de aglomeración*[9] de las ciudades y la baja capacidad logística de llevar sus productos directamente a quien los consume. La región funcional, por sus propias características, tradicionalmente genera producción agropecuaria destinada principalmente a las cadenas de suministro locales. Si bien resulta positivo en muchos aspectos la variedad de cultivos, en la realidad la producción no garantiza el abastecimiento del consumo local para la región funcional, por lo que se hace necesario la interconexión con otras regiones, interconectadas en circuitos mercantiles, para complementar sus necesidades de consumo, en particular de productos agrícolas.

La región de Atlixco es la que más genera productos agrícola intrarregionales, ello a pesar de que se encuentra experimentando una rápida urbanización al igual que las demás regiones funcionales que integran nuestro circuito mercantil. En esta región hemos podido observar que se ha desarrollado con mucha más rapidez el sector servicios. Los comercios son abundantes y variados, el transporte es continuo y eficiente, la actividad turística resulta un incentivo más, sobre todo los fines de semana que es cuando se congregan los paseantes que ven en Atlixco una ciudad colonial y pintoresca que ofrece una variedad turística para el descanso —balnearios, restaurantes, artesanías, y una enorme gama gastronómica—, cuenta con un excelente clima para el descanso, tan atractiva que provoca la visita y aún la mudanza a Atlixco de un buen número de personas han comprado tierras para fraccionarlas con propósitos de urbanización, por lo que es común encontrar las tierras de cultivo rodeadas de fraccionamientos.

9 En economía urbana, las economías de aglomeración hacen referencia a los beneficios obtenidos por las empresas por localizarse en las cercanías de otras —'aglomeración'—. Este concepto está relacionado con las ideas de economías de escala y los efectos de red. Mientras más empresas en campos relacionados se establezcan en áreas contiguas, sus costos de producción pueden declinar significativamente —las empresas tienen que competir por proveedores múltiples; un resultado de aglomerarse sería una mayor división y especialización en el trabajo—. Incluso al competir las empresas en la misma aglomeración del sector, puede haber ventajas porque el grupo atrae más los proveedores y los clientes que lo que una empresa sola podría conseguir. Las ciudades conforman y expanden economías de aglomeración.

Sin embargo, a pesar de los embates de la urbanización aún persiste la producción agrícola. Históricamente Atlixco ha sido un productor de trigo, en los últimos años la producción de alfalfa y maíz se han incrementado de manera significativa, existen otros cultivos como el chile, champiñón, la seta, entre otros, han tenido un crecimiento sustancial y son considerados por los programas municipales y regionales como nichos de oportunidad para el sector agropecuario. Esto ha permitido a la región de Atlixco tener una presencia destacada en el comercio de productos de origen agrícola, producto que es destinado en su mayor parte a la central de abastos de Puebla capital. La región de Atlixco es el eje de confluencia de los municipios circunvecinos, sobre todo en temas de comercio lo que es la base de su papel como cabecera regional. (Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Atlixco 2000, 2011-2014)

La funcionalidad del circuito mercantil ha permitido una diversificación más amplia en cuanto a la oferta de productos de origen agrícola, así como de la manufactura, en la integración de regiones funcionales. Esto ha sido posible a través de los años gracias a las redes de producción y de distribución que ponen en operación las unidades socioeconómicas familiares en los tianguis, esto sobre una base de economía popular (Coraggio y Sabaté, 2010). Con ello, ha sido posible integrar los productos generados en los territorios rurales para el consumo en sus entornos urbanos inmediatos.

Es primordial entender para nuestro circuito mercantil, y sus cuatro regiones funcionales —San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula, y Atlixco—, que las zonas urbanas y las rurales son interdependientes. En efecto, las ciudades dependen del sector rural para recibir una serie de bienes que no producen, desde lo referente a la alimentación hasta la generación de materias primas para la industria de transformación, así como servicios como la obtención de agua potable, entre otros. Cuando realizamos un recorrido por las carreteras estatales en intermunicipales de nuestro circuito mercantil en estudio, cuando nos dirigimos por la autopista que nos conecta con otras regiones o territorios, podemos observar con asombro las transformaciones del paisaje de los municipios que han ocurrido a lo largo de los años. Asimismo, nos transfiguramos en testigos del avance paulatino de la mancha urbana sobre entornos naturales, y lo que fueran en otros años, no muy lejanos, áreas de cultivo. Este proceso arrollador, al abarcar regiones

y territorios cada vez más extensos, cuestiona nuestra usual comprensión de lo urbano y lo rural, y nos lleva a la construcción de conceptos alternativos como el de *nueva ruralidad*.

Ciertamente, la no concordancia de nuestras imágenes de lo rural, relacionadas con la agricultura, y de lo urbano como dinámica de lo moderno, nos llevan a cuestionar la conceptualización tradicional sobre estos ámbitos a partir de su contraposición, así como a cuestionar cuál es el carácter de las relaciones que se establecen entre ellos en la actualidad, dado que podemos observar áreas en las que eminentemente se desarrollan actividades agrícolas con usos industriales e incluso se puede observar nuevos complejos de vivienda que son destinados para familias de ingresos medios y altos que no encajan en la delimitación como espacios urbanos. También se observan sistemas naturales que han quedado atrapados dentro de desarrollos complejos de viviendas y actividades urbanas, que no encajan en los marcos conceptuales de lo urbano.

Esta diferencia entre las imágenes acostumbradas de lo urbano y lo rural, sus manifestaciones contemporáneas, caracterizadas por la combinación de costumbres y usos del suelo, nos plantean la inquietud sobre cómo entender estos ámbitos en la actualidad y sobre cuál será su actuar en dichas condiciones sobre el circuito mercantil en observación. Ello a su vez implica preguntarse por los orígenes y causas del avance de las dinámicas urbanas sobre los territorios y el circuito mercantil en términos de lo rural y lo urbano. En particular la expansión de la urbanización sobre lo rural y su consolidación como forma de vida de las unidades socioeconómicas familiares como puentes que interconectan ambos contextos. Esta dinámica ha llevado a la transformación de comunidades rurales, dada su incorporación a dinámicas urbanas, al surgimiento del pensar lo rural de otra manera para caracterizar la relación entre los nuevos residentes de origen urbano y los pobladores rurales tradicionales, fenómeno que sigue avanzando con el transcurso del tiempo.

En el contexto del circuito mercantil, la creciente movilidad campo-ciudad se puede ubicar en una progresiva preocupación por entender dicha dinámica, especialmente la inserción laboral de la población con un fuerte arraigo rural en las ciudades. Paleta Pérez (2014), en un trabajo dedicado a la región de Cholula, observa este fenómeno suscitado en la industria textil donde pobladores de la región de Cholula experimentaron transformaciones en la economía, en la organización social y en la adscripción étnica de la región, al dejarse de asumir como indígenas y reconocerse como nuevos obreros textiles.

Según Nolasco (citado en Paleta Pérez, 2014), en 1930 el 25 por ciento de la mano de obra económicamente productiva trabajaba en la industria textil; para 1960 el porcentaje fue de 43 por ciento, y para los años sesenta el porcentaje era de alrededor del 60 por ciento trabajadores industriales. Por lo que se puede afirmar que la región de Cholula ha tenido una vocación agraria combinada con trabajo fabril. Lo mismo sostuvo Guillermo Bonfil Batalla (1973) en su ya clásico trabajo sobre la región de San Pedro Cholula.

De tal manera que por generaciones la población de la región de San Pedro Cholula —que históricamente ha abarcado regiones vecinas, como Huejotzingo y el sur del estado de Tlaxcala— se caracterizaba por tener un origen totalmente rural campesino, característica que se integraba en circuitos mercantiles que se originaban en la desde entonces cabecera regional y se extendían hacia otras regiones inclusive en la época prehispánica (Bonfil Batalla, 1973), y seguía manteniendo lazos importantes con la tierra cultivable. La importancia de la producción agrícola en la región de Cholula se debía a sus abundantes tierras fértiles que se relacionaban con los manantiales ubicados en la Sierra Nevada.

Con el paso del tiempo, las sucesivas generaciones mantenían actividades fabriles y agrícolas. Es por ello por lo que a mediados del siglo XIX fueran conocidos como los "campesinos-obreros", especialmente en la zona del altiplano poblano-tlaxcalteca. Otra característica es que seguían manteniendo estrechas relaciones con sus comunidades de origen, pues las primeras fábricas se instalaron en las inmediaciones de sus pueblos, lo que significaba una cercanía entre el espacio laboral y el lugar de residencia. En la conformación de la clase obrera en la región de Cholula predominó el sexo masculino y en menor medida se emplearon a mujeres y niños. La relación que mantenían los nuevos trabajadores con la tierra cultivable fue un elemento importante para su organización política. La segunda generación de obreros se caracterizaría por estar socializada con la fábrica textil y con la disciplina dentro de la factoría. Esta segunda generación se plantea la necesidad de saber leer, escribir y "hacer cuentas" —sumar, restar, multiplicar y dividir—, lo que era parte fundamental de la actividad fabril. Pero también esta generación de obreros fue vista como el recipiente de la acumulación de experiencias vividas y heredadas de los maltratos y de una incipiente noción de clase obrera. Se argumenta que en el proceso de conformación de la clase obrera poblana se distinguía entre obreros fijos y eventuales.

Argumenta que los obreros fijos tendían a ser un grupo más proletarizado y con escasa movilidad geográfica, mientras los trabajadores eventuales tendían a ser campesinos-obreros y con mayor disponibilidad al desplazamiento. (Paleta Pérez, 2014)

En esa sucesión de transformaciones históricas, muchas familias, conformadas como unidades socioeconómicas familiares en el circuito mercantil, actuaron de manera organizada en los tianguis para poder satisfacer sus necesidades de producción y reproducción, por lo que fueron creando las condiciones para no tener que emigrar a la ciudad. En este marco se mantuvo la perspectiva de lo rural como ámbito marcado por relaciones tradicionales, sinónimo de "atraso" y baja densidad poblacional. Las dinámicas señaladas paulatinamente han introducido cambios en los estilos de vida y prácticas culturales en nuestro circuito mercantil, generándose en algunos casos el alejamiento de las poblaciones más jóvenes de las actividades agropecuarias tradicionales. El incremento migratorio en el contexto de estas regiones funcionales, principalmente migración laboral internacional dirigida a la zona metropolitana de la ciudad de Nueva York (Macías y Herrera, 1997; Macías, 2004), y cambios en las formas de socialización y en las tradiciones, lo cual profundiza que las zonas urbanas terminan copando nuevos territorios rurales adyacentes por los que va avanzando la urbanización en el entorno de las regiones funcionales.

En las zonas urbanas de nuestras regiones funcionales las tendencias de volver a lo orgánico han originado un flujo de población desde las áreas urbanas hacia municipios de la región, esto con el propósito de aprovechar los cultivos de la tierra sin perder los lazos con la ciudad. Esta tendencia fue motivada por el mercado inmobiliario, generándose productos dirigidos para esta población y la activación del mercado de la tierra delimitada como rural, situación que causó la transformación del paisaje y las costumbres locales. Pese a las intenciones de retornar al medio rural, estos procesos han presionado el desplazamiento de los pobladores tradicionales por la llegada de nuevos pobladores de origen urbano, quienes, ante la baja rentabilidad de actividades agropecuarias, la precariedad de su situación económica, y la presión de los agentes inmobiliarios por sus predios, terminan vendiendo sus terrenos para la construcción de vivienda, o deciden resistir y asumir otras actividades económicas de prestación de servicios a los nuevos pobladores de sus territorios.

De esta manera, en el contexto de las ciudades en México, se ha configurado una nueva ruralidad, la cual es entendida, según Delgado y Galindo (2006), como la ocupación de áreas rurales tradicionales por actividades industriales y urbanas, que hacen que lo agropecuario no sea lo más importante de la vida rural, y que llevan a los actores rurales a desarrollar estrategias de adaptación para enfrentar las nuevas condiciones económicas impuestas por un mundo globalizado. En este marco, además de desarrollarse nuevas prácticas sociales y formas de interacción, se presentan situaciones de conflicto por el uso del suelo y su apropiación, así como mecanismos de organización, algunos de los cuales simpatizan por el reconocimiento y exaltación de las tradiciones de los pobladores, y la necesidad de reevaluar ese crecimiento incontenido de lo urbano, materializado en la instalación de infraestructuras que amenaza la continuidad de los recursos vitales, como el agua y el suelo, de los cuales se apropia en su avance.

El conjunto de la población que convive a lo largo y ancho de nuestra región funcional, interconectada por el circuito mercantil, está perturbada por los posibles efectos sobre la soberanía y seguridad alimentaria de las poblaciones urbanas, cada vez más concentradas en ciudades que se apropian de zonas agrícolas que desaparecen para ser reemplazadas por unidades habitacionales en constante crecimiento, obligan a disponer de recursos de otros territorios, lo que a su vez despoja a sus pobladores de sus propios recursos al ser estos orientados a los mercados populares urbanos y a los tianguis.

Esta dinámica social, en nuestro circuito mercantil, ha provocado una nueva conducta hacia lo rural que permea a la familia rural, organizada en unidades socioeconómicas familiares, que busca salir de una situación de pobreza multidimensional, fomentando en estas unidades socioeconómicas la producción y reproducción en los grupos domésticos del medio rural (Pepin y Rendón, 1989; Salles, 1989; Margulis, 1989), en el interior del funcionamiento de la región funcional, alentando la comercialización y consumo a través de los tianguis que se interrelacionan en el circuito mercantil, lo que interrelaciona las dimensiones socioeconómicas y socioculturales que lo sustentan. Esto permite la integración de una totalidad compleja, conformada por diversas formas de vida, prácticas culturales, y dinámicas económicas y sociopolíticas complementarias entre sí, que se desenvuelven en diversas escalas del orden local, regional, territorial, y nacional.

Superar el antagonismo y concebir lo urbano-rural como formas de vida complementarias e interrelacionadas que demandan ser repensadas, supone propender hacia un modelo de desarrollo alternativo que garantice la articulación de las acciones humanas con las capacidades y condicionamientos que impone el medio natural, la formación de redes de cooperación entre las unidades socioeconómicas familiares, y la satisfacción de unas condiciones mínimas vitales, incluida la soberanía alimentaria para permitir a los individuos desarrollar libremente sus proyectos de vida sin tener que verse presionados para dejar su lugar de origen en búsqueda de otras alternativas y oportunidades por la carencia de las mismas.

El modelo económico actual, cuya expansión se ha favorecido por los desarrollos tecnológicos y las mejoras en la infraestructura de comunicación y transporte, que permiten la interconexión de nuestro circuito mercantil, ha propiciado el crecimiento constante del concreto sobre áreas de cultivo en las diversas regiones del estado de Puebla, y en particular en nuestra región funcional objeto de estudio. Como señala Harvey (2010), con la difusión de modelos de vida homogeneizadores que van de una cultura a otra, desechando conocimientos y prácticas locales tradicionales de pobladores originarios del territorio, cada vez más trastocados por otras costumbres y tradiciones de otras regiones, quienes a su vez se ven afectados por formas de desposesión promovidas bajo un ideal del progreso. De esta manera ocurre una transformación de los territorios a escala planetaria que crea la ficción de un triunfo de la ciudad sobre el campo a partir de su anulación, siendo tal una visión equivocada, pues si bien las urbes se han convertido en el principal hábitat humano, donde reside la mayoría de la población mundial, no pueden sobrevivir sin el sostenimiento de ecosistemas naturales que les proveen de servicios ecosistémicos.

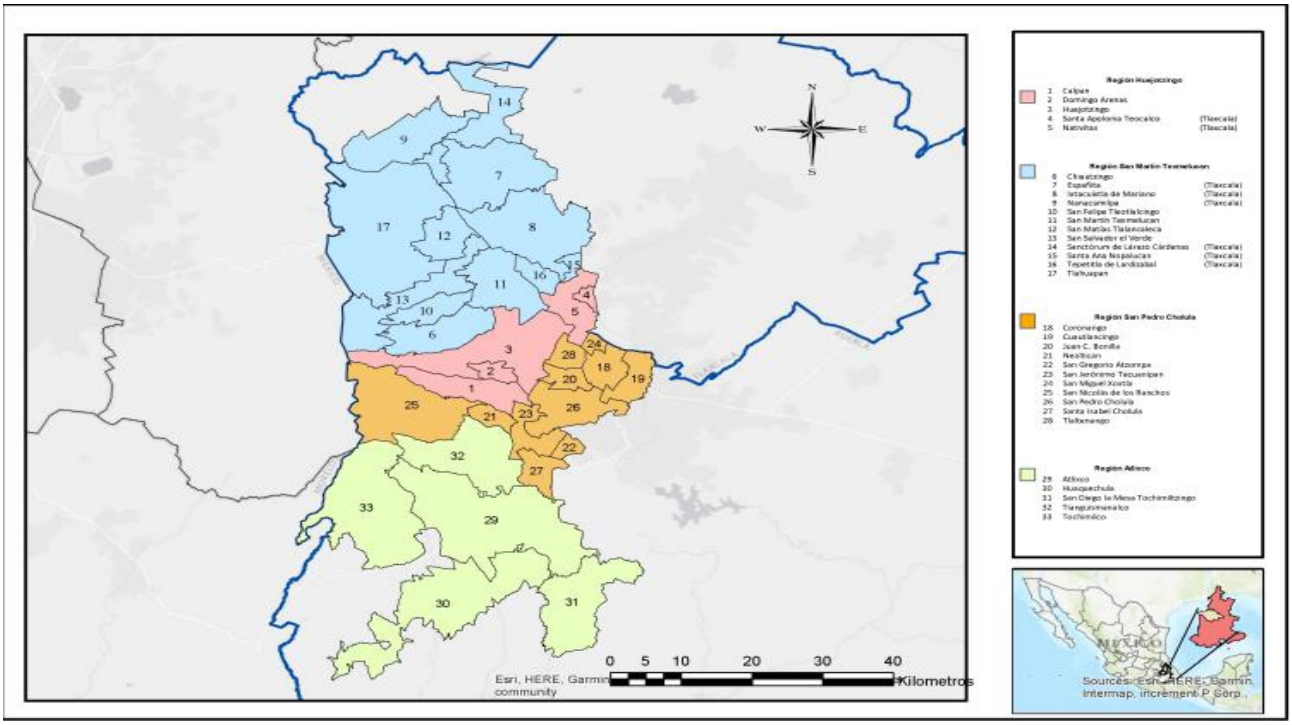
Plantea Harvey (2010) que se debe recobrar el sentido del territorio como totalidad, y aprovechar las ventajas de las aglomeraciones urbanas como espacios de innovación y de integración de la diversidad, para revisar las formas de uso y ocupación actuales y promover formas alternativas de articulación urbano-rural que garanticen el sostenimiento de ambos territorios y sus habitantes, rescatando e involucrando sus aspiraciones, conocimientos tradicionales, procesos organizativos, y las propuestas que se originan desde ellos, sin perder de vista que son escenarios marcados por la conflictividad social y diversas

disputas internas y transversales que demandan del diseño de mecanismos innovadores para promover su contención y la articulación entre actores.

2.1.1. El mercado de consumo del circuito mercantil y su caracterización.

El mercado de consumo al que vamos a hacer referencia está conformado por cuatro tianguis interconectados entre sí en las cuatro regiones funcionales, los cuatro reconocidos por su importancia regional y por su alcance intermunicipal e interestatal —San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco (Ver Figura 2.1)—. En estos tianguis se formalizan los intercambios económicos que con regularidad las unidades socioeconómicas familiares realizan en un contexto de economía popular. El comercio de bienes y servicios que se dan al interior del circuito mercantil ponen al descubierto numerosos lazos de interacción social a través del acto de consumo. Esta actividad colectiva que se realiza en los tianguis no necesariamente es con el afán de lucro individual, sino del bienestar colectivo y el establecimiento de relaciones de confianza, cercanía, y reciprocidad en los tratos personales, que se traduce en una suerte de desmercantilización del propio mercado.

Figura 2.1. Circuito Mercantil Funcional San Martin Texmelucan, Huejotzingo, Cholula y Atlixco



Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, varios años.

En este ámbito, en el mercado de consumo se satisfacen las necesidades de los diferentes grupos sociales populares de cada unidad familiar pertenecientes a las regiones funcionales. El vendedor en este mercado es la conjunción de productores y comerciantes que suministran y concentran los bienes en el mercado bajo la figura del tianguis, y el consumidor es el hogar y sus necesidades de consumo básico y cotidiano. Es en la trayectoria del mercado de consumo donde el desarrollo de las relaciones laborales y el nivel de vida de la población se expresan de manera antagónica. Si este mercado no se desarrolla, se pierde el significado social de las relaciones de intercambio y la población está condenada a vivir en condiciones de escasez y carestía. El mercado de consumo es la cadena que articula los eslabones principales del sistema de tianguis interconectados a lo largo y ancho del circuito mercantil, y su desarrollo está estrechamente vinculado a la generación de trabajo, la principal fuente de productividad de la clase popular. Los efectos de su desarrollo influyen en el funcionamiento de otros mercados —el mercado laboral, el

de la información, el de los activos fijos, y el inmobiliario— determinan en gran medida su condición y, por consiguiente, el equilibrio económico social en general.

Otro rasgo distintivo del mercado de consumo en el circuito mercantil, que refleja su característica social, es que el comprador, que es un consumidor final por regla general, el consumo familiar de bienes se destina a satisfacer necesidades de una persona o un colectivo. Las particularidades de los bienes y servicios que se venden en el mercado de consumo de nuestro circuito mercantil muestran un alto grado de pertenencia a la región, en estrecha correlación con el territorio específico y su población. Es un mecanismo económico formado sobre la triada de la oferta de productos básicos, la demanda de los consumidores, y el precio en un contexto de economía popular. Cada uno de estos elementos se desarrollan e interrelacionan con otros, para mantener el buen funcionamiento del mercado propiciando el equilibrio de sus elementos.

Nuestro mercado de consumo, como área de intercambio, tiene su propio mecanismo de funcionamiento, es decir, la combinación óptima de elementos dinámicos y estáticos para mantener en funcionamiento una modalidad de actividad deseada. El funcionamiento del mercado de consumo está determinado por los vínculos entre las necesidades de la población y la producción, la demanda y la oferta en el mercado, entre los indicadores del nivel de diferenciación de los ingresos y la naturaleza del consumo, entre el consumo actual y la acumulación, etcétera.

El mercado de consumo del circuito mercantil y sus tianguis regionales es superior a otros tipos de mercados de productos básicos en cuanto a complejidad y variedad de funciones: aplicación de una parte del producto regional destinado a satisfacer las necesidades individuales, así como las colectivas, de la población local y de otros participantes en el mercado de bienes materiales y servicios para fines de consumo de acuerdo con sus ingresos y las preferencias de las unidades domésticas. Con esta realización se recuperan los costos de producción y circulación y se asegura así el curso normal de la reproducción de las unidades socioeconómicas familiares. Otra función del mercado de consumo es garantizar la interacción de vendedores y compradores mediante operaciones de compraventa, así como la coordinación de los intereses económicos de las contrapartes en las operaciones de compraventa. Es importante también la distribución de

los bienes y servicios de consumo entre los diferentes grupos socioeconómicos. El funcionamiento del mercado de consumo por medio del mecanismo de formación de precios proporciona la transformación de los ingresos nominales de los trabajadores en ingresos reales.

En el circuito mercantil las unidades socioeconómicas familiares como consumidoras se diferencian unas de otras por sus preferencias, gustos, y hábitos de compra (Zelizer, 2005; Díaz Muñoz, 2019; Zamora, 2007). El mercado de consumo es una realidad que las familias viven diariamente para satisfacer la mayoría de sus necesidades, la principal es la alimentación que es la fuente fundamental de la subsistencia de todo ser humano, además de otros bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Las características del mercado de consumo de nuestro circuito mercantil pueden ser psicográficas[10] dentro del ámbito de la naturaleza. En este sentido, las unidades familiares en su mayoría poseen intereses, opiniones, actitudes, valores, y actividades que están directamente orientadas en todo lo que se refiere a los intereses de los consumidores. El mercado de consumo de la región funcional y las subregiones tiene características que se encuentran basadas en la demografía que permiten diferenciar el género, etnia, ocupación, tamaño del núcleo familiar, generación, clase social, edad, ingresos, educación, religión, y nacionalidad.

El mercado de consumo también posee características geográficas que se basan en una gran variedad de consumo relacionado con el tamaño del mercado, la densidad de la población, la región, y el clima, y todo va a depender de la segmentación del mercado. Una unidad familiar puede llegar a tener diversas oportunidades dentro de un tianguis, por ejemplo, los emprendimientos que producen y venden ropa, playera, seguramente sus mayores ventas serán en épocas de climas cálidos. En las diferentes subregiones funcionales, los consumidores presentan discrepancias de gustos de estilo y gastronomía, lo que origina la creación de ofertas y demandas según la época del año.

10 Psicográficas: Personalidad, estilos de vida, intereses, gustos, inquietudes, opiniones, valores. Variables Conductuales: Lealtad de marca, beneficios buscados —precio, calidad, servicio—, tipo de usuario, nivel de uso, entre otras.

Otra característica del mercado de consumo del circuito mercantil es que los vendedores de productos agrícolas provienen del mismo municipio o de algunas regiones funcionales que conforman el circuito mercantil, planteando de forma paralela que su relación de parentesco y de amistad dinamizan el proceso de asentamiento del circuito mercantil, las relaciones de parentesco, afinidad, y la construcción de una identidad étnica, las redes familiares en la configuración y el funcionamiento de los tianguis que componen el circuito mercantil. En efecto, esta actividad se fundamenta en los complejos tejidos de las redes familiares, y el aspecto más obvio de estas redes familiares puede observarse en los métodos de transferencia de los puestos de venta en los tianguis. Estos son transferidos a familiares y no tienen un precio comercial, no se encuentran a la venta. De esta manera se identifica un rasgo fundamental de los tianguis: sus estrategias de transferencia del negocio familiar.

Las redes familiares y de afinidad se constituyen en las principales estructuras sociales que permiten el acceso a puestos comerciales en los tianguis. Sin embargo, esto funciona cuando los espacios comerciales ya están constituidos, cuando los espacios de venta se han valorizado —el negocio está acreditado—, dado que los comerciantes conformados en unidades socioeconómicas familiares saben que estableciendo su actividad en dicho espacio generarán ingresos monetarios.

Lo que caracteriza al centro de consumo materializado como tianguis, en tanto lugar donde se produce el intercambio, es su capacidad para convocar regularmente a un número importante de compradores convencidos de realizar intercambios comerciales en mejores condiciones de precio y calidad. Las unidades familiares acuden a estos espacios, geográficamente delimitados e identificados, con el interés de adquirir un bien o un servicio que se sabe se comercializa allí. Este mercado de consumo integrado en el circuito mercantil debe ser entendido como producto sociohistórico. Esto supone que las variables culturales, políticas, y sociales de un momento histórico influyen en la construcción, estructura, y dinámica de los tianguis. La construcción social de un tianguis supone para los comerciantes desarrollar un complejo sistema de relaciones sociales con el conjunto de la sociedad fundado en su propia organización.

Todo ello se da en un espacio socioeconómico determinado. En el espacio social las unidades familiares lo hacen suyo, lo integran operacionalmente dentro de las actividades de reproducción. Como tal, la apropiación del espacio es una función intrínseca a la existencia del hombre en un espacio geográfico y socioeconómico determinado. Así lo entiende Joan-Eugeni Sánchez, (1990) para quien el espacio geográfico es aquel medio físico natural que no ha sufrido ninguna intervención del hombre, mientras el espacio social es aquel espacio geográfico en el cual actúa el hombre y lo transforma según sus intereses (Sánchez, 1990).

El espacio geográfico en cuanto valor de uso y como valor de cambio en tanto espacio social, los espacios de una determinada entidad pueden constituirse en valores de uso y en valores de cambio, esto va a depender del tipo de uso que le den las personas a cada espacio determinado. Sánchez (1990) nos dice al respecto que al espacio se le considerará como valor de uso cuando se le atribuya una valoración social como bien útil, con capacidad e interés por ser usado. En otro momento ese mismo espacio puede pasar a ocupar una posición como valor de cambio, en cuanto el interés sea el de transferir su uso a otra persona mediante un acto económico. Bien con su venta o trueque, bien por arrendamiento, a cambio del cual se percibirá una cantidad de valor (Sánchez, 1990)

Podemos hablar de la producción de un espacio mercantil cuando una agrupación privada o familiar construye una infraestructura para albergar un mercado, un local, o un puesto, con el objetivo de producir un movimiento comercial que genere ingresos por la inversión realizada en la construcción de aquella infraestructura. Este espacio asume la tarea de convocar regularmente a un número importante de personas, clientes potenciales convencidos de realizar intercambios comerciales. Los centros mercantiles de nuestro circuito mercantil se constituyen en la vida comercial de las sociedades agrícolas. Los tianguis suelen instalarse con cierta regularidad de días, y verdaderas multitudes llegan a ellos desde el campo para vender sus productos y comprar tanto bienes manufacturados como materias primas, así como productos alimenticios procedentes de otras regiones vecinas. (Plattner, 1991) A este proceso le denominamos construcción social del circuito mercantil. Este espacio mercantil se fragmenta en unidades menores para efectuar el control

y la apropiación de este medio de producción, permitiendo el ingreso de nuevos comerciantes.

En contextos en los que el espacio comercial en un tianguis se ha extendido y los puestos de venta se han convertido en recursos de acceso limitado, es común que esos puestos se transfieran entre familiares, pero esto no impide que los puestos de venta se comercialicen en los casos es que se considere conveniente. Cabe aclarar que lo que se comercializa en realidad no es el espacio público como tal, sino el derecho a utilizarlo como espacio comercial lo que lo convierte en una transacción realizada sobre un bien intangible: un derecho de uso. Por lo que el potencial comercial de la región funcional en estudio es consecuencia de la diferencia que establecen las unidades socioeconómicas familiares entre las casas comerciales, las tiendas, y los pequeños centros comerciales de las grandes cadenas transnacionales en las áreas centrales de una cabecera municipal.

Por otra parte, señala Plattner (1991) que los mercados, como centros de consumo, son una institución social de intercambios en la que existen precios o equivalencias de intercambio. Por lo que en nuestro circuito mercantil se configuran activos escenarios de interacción social. Poseen la excitación propia de una feria de características cíclicas integrada en la cotidianidad (Swedberg, 2005), se entablan amistades y relaciones sociales de distintos tipos, se inician romances, se arreglan matrimonios, se establecen compadrazgos, entre otras muchas formas de relaciones. El mercado de consumo, inserto en el circuito mercantil, se configura en una amplia red de interacciones sociales. Desde un enfoque basado más en los vínculos e interacciones, el circuito mercantil aparece estructurado y configurado por relaciones concretas entre sus actores, quienes se articulan en torno a redes conformadas por el intercambio recursivo de productos, recursos, e información. Este nivel permite comprender los patrones concretos de intercambio que se despliegan en un circuito mercantil.

El circuito mercantil, en tanto medio de articulación de centros de consumo, tiene el rol fundamental de aprovisionamiento que es el acto y el resultado de suministrar determinados recursos que forman parte de los procesos de reproducción socioeconómica. Es el proceso por el cual se consiguen los bienes necesarios para llevar a cabo una actividad, ya sea comercial o sin ánimo de lucro. Las unidades socioeconómicas familiares

deben de ocuparse del aprovisionamiento de los insumos que se requieren para desarrollar un proceso de distribución de lo producido dentro de una región que se integra estructural y funcionalmente, pero también económica y socialmente. De lo contrario no podrán abastecer la demanda. El aprovisionamiento de ciertos recursos es la clave para la población como es el caso de alimentos. La unidad socioeconómica familiar debe poner en marcha un conjunto de tácticas y estrategias que le permitirán llevar sus mercancías con eficiencia hasta el cliente final. (Narotzky, 2007).

En otro aspecto que no hemos tratado, pero que se hace necesario abordar, se trata de incorporar el elemento cultural en el mercado de consumo (Frenzen *et. al*., 1994; Zelizer, 2005; Díaz Muñoz, 2019; Zamora, 2007; Valverde, 2004). Utilizar el término cultura de consumo es enfatizar que el mundo de los bienes y sus principios de estructuración son fundamentales para la comprensión de las sociedades contemporáneas. Esto implica, según Hellmann (2007), un doble enfoque: en primer lugar, en la dimensión cultural de la economía, la simbolización y uso de bienes materiales, y, en segundo lugar, sobre la economía de los bienes culturales, los principios de mercado de oferta, demanda, acumulación de capital, competencia y monopolización que operan en el ámbito de los estilos de vida, los bienes culturales, y las mercancías.

Tenemos una visión cultural de lo que es el mercado de consumo en toda su extensión, desde que se inicia el proceso de estudio del consumidor hasta que se llegan a entregar los productos, se tiene en mente la base fundamental de la cultura. Desde esta perspectiva, el mercado se ha construido a la luz de uno de los pilares en que se fundamenta el circuito mercantil: la dimensión cultural de los tianguis. Una idea antropológica con la que se enfoca a los mercados es a través de una visión cultural. Sugiere la necesidad de ponerse unos lentes que se han llamado cultura y, a través de esos lentes, visualizar las transacciones que suceden en el circuito mercantil de alcance interregional. Debemos estudiar de manera cuidadosa los agentes que participan en el tianguis.

Una de las características que ha tenido la práctica de mercados es que desde siempre nos han enseñado que cuando se habla de tianguis sólo hablamos de la demanda. Cuando nos enseñaron qué es la segmentación de mercados nos indicaron que es un conjunto de personas que tienen necesidades e intereses comunes, tienen deseos de

comprar, y cuentan con los recursos necesarios para hacerlo. Por supuesto que esta es una visión reducida de lo que es un tianguis, porque no podemos negar que en el tianguis no sólo están los demandantes, también están los oferentes, y también están los que unen a los demandantes con los oferentes, así como los que regulan el intercambio entre unos y otros. A esto se le ha denominado *antropología del mercado*, muy presente e importante en nuestro circuito mercantil. (Segato, 2013)

El mercado de consumo se compone por agentes de la demanda que se materializan en las unidades socioeconómicas familiares, las cuales las podemos agrupar en tres: las unidades familiares consumidoras, las compradoras, y los clientes. Estas agrupaciones de agentes que participan en los tianguis explican y mantienen vivo su funcionamiento. A este reagrupamiento social se le ha denominado *antropología de la demanda* (Segato, 2013) o *antropología del consumo* (Valverde, 2004). Sobre estos tres agentes hemos observado cómo los productos tienen un significado diferente porque, desde la perspectiva de esos tres agentes, los productos no son lo que son, sino son lo que son esos demandantes, es decir los productos tienen vida propia, tienen significaciones simbólicas, emocionales, y son cada vez más de carácter racional. Nosotros vemos esa antropología de consumo como la perspectiva cultural donde participan los consumidores que son los que finalmente adquieren los productos y se favorecen de ellos. Los compradores son los que tienen un rol temporal porque sólo quieren el producto, y los clientes que quieren el producto. Los clientes y los marchantes —que son vendedores a los que un cliente suele comprarle habitualmente— repiten la compra sólo en la medida en que los consumidores están satisfechos, es decir el cliente es un comprador repetitivo, pero ese comprador se vuelve repetitivo cuando el consumidor está satisfecho. Son tres personas distintas, son tres roles distintos, asociado a cada rol un interés distinto, y, en consecuencia, una decisión diferente.

En esta dimensión de nuestro mercado de consumo tenemos los agentes de la demanda que nos proporciona la antropología del consumo. En la otra cara tenemos a la antropología de la oferta, y a esta se le ha llamado antropología organizacional (Paramo, 2018) —los agentes de la oferta: la organización y sus compradores directos e indirectos—. Nosotros nos centramos en estudiar los vendedores desde la perspectiva cultural de lo que hacen, no sólo lo que hacen por dentro y cómo se organizan, sino también cómo establecen

el flujo de actividades que se producen, cómo entregan los bienes a sus clientes, es decir, estudiamos a la organización expresada como unidad socioeconómica familiar y materializada en el emprendimiento familiar que opera en la lógica de la economía popular (Coraggio y Sabaté, 2010). Entonces en la propia estructura del circuito mercantil encontramos a los competidores. Por una parte, tenemos a los competidores directos que son aquellos que venden lo mismo, y a aquellos competidores indirectos que son los que las personas escogen cuando no me escogen a mí o a los competidores directos. Por ejemplo, cuando una unidad económica familiar va a montar un emprendimiento —un negocio—, los competidores directos, por supuesto, son los que tienen una tiendita y venden lo mismo, pero también los competidores indirectos, que son los llamados sustitutos. Ahí tenemos entonces los que venden en las banquetas, es decir los que compiten de manera indirecta con el emprendimiento familiar.

No podemos desconocer el peso que tienen los canales de comercialización conectados con la cultura en los procesos de distribución regional. Si bien es cierto que en la región funcional se han incorporado una serie de comercios multinacionales —Wal-Mart, Bodega Aurrera, etcétera—, con innovaciones en las cadenas de distribución, como ha ocurrido en el caso nuestro circuito mercantil, han pretendido desplazar a los canales de distribución tradicionales en las regiones funcionales. La respuesta social en el mercado es poco comprensible para estas empresas multinacionales, porque se sigue imponiendo la tradición y la cultura, no sólo porque en sí mismos los canales tradicionales de distribución y consumo son parte de un conjunto de pautas culturales sino porque los hábitos y las costumbres de los consumidores de la región prevalecen. Es decir, los agentes de la demanda regional siguen estando conectados a este tipo de intermediarios. Vistas las cosas de esta manera surgen distintas preguntas: ¿quién podía desconocer el rol que juegan los tianguis en el circuito mercantil, o las tiendas de barrio?; ¿quién puede desconocer el rol que juegan esos tianguis de las calles, donde hay una costumbre no sólo un hábito? El hábito es considerado individual y cultural y si es una costumbre forma parte de la cultura relacionada con los comportamientos sociales. Es por esta razón que no se han podido acabar las ventas callejeras, las ventas ambulantes, que los gobiernos han querido

desaparecer. No es porque estos vendedores sean de pronto tercos y no quieran dejar su negocio, es porque existe una tradición de adquirir los productos con ellos.

2.1.2 Regiones y subregiones: principales características comerciales en los tianguis del circuito mercantil.

En este apartado abordaremos los lugares de comercialización —en específico el tianguis— como un circuito mercantil de la región en estudio donde llevan a cabo sus prácticas sociales de intercambio los habitantes, generando de esta manera el conocimiento del tipo de actividad comercial que propician las condiciones de producción y reproducción de las unidades domésticas. Esto a su vez genera una red social primaria y multiterritorial originada por una forma de comercio que, como antes de vio, históricamente se ha denominado tianguis. La intención de este ejercicio es presentar los contextos en que se encuentran enmarcados los sujetos dentro del circuito mercantil, por lo que focalizamos la región trazando las rutas y movimientos que se traslapan para la construcción de redes sociales que propician los intercambios. Esto no quiere decir que todos los pobladores de la región funcional se dediquen al comercio en el tianguis, sino que más bien que cuando su actividad principal radica en el tianguis conforman grupos que tienden a formar una vasta red de comunicación comercial creando de esta manera un importante capital social.

En consecuencia, de lo que se trata es de describir una historia contemporánea que muestre la forma en que los pobladores de la región funcional en estudio, que se dedican al comercio en el tianguis, han ido constituyendo por ellos mismos sus posibilidades de trabajo sobre una base de economía popular. Ante la disminución de la importancia de la agricultura como actividad económica central, los pobladores de las comunidades que conforman la región funcional, y que se interrelacionan de distintas formas con la cabecera regional, han tenido que buscar estrategias alternativas de vida, entre ellas el comercio en el tianguis organizándose en emprendimientos basados en el grupo doméstico y en la economía popular. En esta medida el comercio en el tianguis se ha convertido en una alternativa de vida para algunos pobladores de la región.

Para este circuito mercantil, conformado por cuatro subregiones funcionales ya mencionadas, existen evidencias que desde épocas prehispánicas (Bonfil, 1973) es y ha sido punto de enlace, pues se constituye como punto de tránsito obligado entre la cuenca de México y las tierras del sur rumbo al estado de Oaxaca[11], y de la costa atlántica del estado de Veracruz y hacia el sureste de nuestro país. No es de extrañar, por su densa ocupación humana que alcanza tiempos prehispánicos, ni por la importancia estratégica de su control. Por algo los conquistadores fundaron en esta la Puebla de los Ángeles, en fecha muy temprana de la Colonia —1531—, para resaltar el poder de los grandes centros prehispánicos —Cholula, Huejotzingo, Tlaxcala, y Tepeaca, entre otros— y asegurar la comunicación con España.

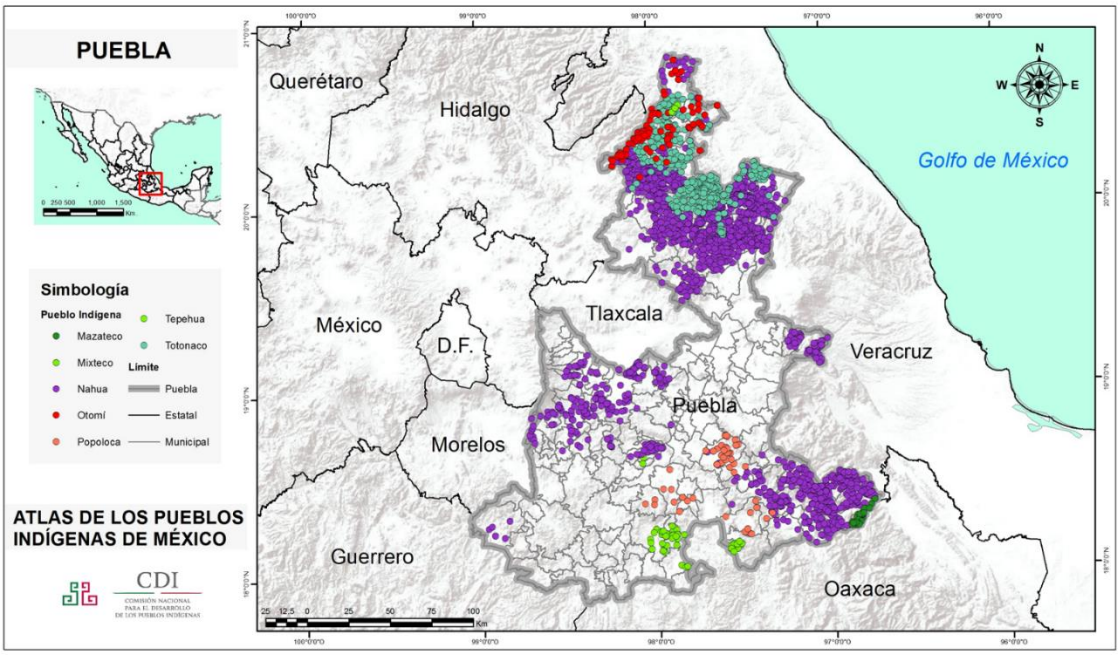
Para tener un primer acercamiento a la región funcional en estudio permítanos partir de un componente histórico el cual nos señala que, de acuerdo con información de la Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, en su Atlas de los Pueblos Indígenas de México (2015), se señala que en esta región integrada por los municipios de San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco fueron comunidades donde predominaron pobladores de origen Nahuas, por lo que el criterio de permanencia histórica lo podemos establecer, pragmáticamente, como "región Nahua". La figura 2.2 ilustra esta región histórica habitada por población nahua en la región funcional.

La ubicación de nuestro circuito mercantil se encuentra ubicado en la amplia zona del altiplano central de la república mexicana, limitado al oeste por la Sierra Nevada, al este por la Malinche, y al norte por el bloque de Tlaxcala hacia las tierras calientes del sur. Dicho valle ha recibido diversos nombres en la literatura geográfica, de los cuales los más usuales son el valle de Puebla-Tlaxcala y el de cuenca del alto Atoyac. Cruza esta planicie, desde el noroeste, el río Atoyac que se nutre con los escurrimientos del Iztaccíhuatl y la Malinche en su parte alta, y del Popocatépetl más al sur. Una división más detallada del

11 Rastreando los alcances e influencias de este circuito mercantil que, como ya se dijo, integra las regiones, de norte a sur en el estado de Puebla, de San Martín Texmelucan, de Huejotzingo —estas dos con influencias y relaciones con municipios del sur y poniente del estado de Tlaxcala—, de San Pedro Cholula, y de Atlixco, hemos detectado que nutre el consumo de alimentos básicos en las regiones de Acatlán de Osorio —todavía dentro del estado de Puebla— y de Huajuapan de León —en el estado de Oaxaca—. Una razón importante para esto, entre otras, es la pobre producción agrícola de estas regiones ubicadas en la macro región de la mixteca baja, la poblana y la oaxaqueña.

valle permite identificar sub-áreas: la llanura de los ríos Atoyac y Zahuapan, las llanuras y colinas de Huejotzingo y Coronango, y la llanura de Cholula. Esta última ciudad también limita por el norte también con los cerros Tecajete y Zapotecas, al oeste con las faldas inferiores de la Sierra Nevada y con el pedregal de Nealtican, al sur con la cuenca de Atlixco y la cordillera del Tenzo. (Bonfil Batalla, 1973)

Figura 2.2. Pueblos indígenas en el estado de Puebla.



Fuente: Instituto Nacional de Pueblos Indígenas. Atlas de los pueblos indígenas de México. Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas. 2015

Abordando el ámbito regional construido con criterios económicos, nos encontramos con que la cercanía relativa de la zona nahua con centros urbanos como el valle de México y las metrópolis de Puebla y Tlaxcala, ha generado una dinámica regional en la que los desplazamientos territoriales por trabajo y la migración interna e internacional son componentes centrales para entender los estilos de vida de estas comunidades que combinan procesos migratorios vinculados al mercado laboral con actividades comerciales. Los desplazamientos territoriales por trabajo conforman una práctica social visible en los estilos de vida de los pobladores de estas regiones. Estos pueden tratarse de

desplazamientos de días, según dicta la jornada de trabajo de lunes a viernes, para la migración interna, o de años y hasta lustros o décadas para la migración internacional.

En la región funcional con antecedentes Nahuas, hemos observado que los desplazamientos territoriales por trabajo se relacionan con la oferta de trabajo que se ha producido con el proceso de urbanización que experimenta la región y cuyas representaciones son los complejos industriales que se han asentado en San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula, y Atlixco, lo que ha generado estilos de vida que combinan el trabajo asalariado con la actividad comercial en el tianguis, entre otras. De esta manera, los estilos de vida de la región, en su dimensión económica, pueden caracterizarse por una fuerte complementariedad entre las actividades comerciales y el trabajo asalariado formal, aunque este último es cada vez más escaso.

La actividad refiere al mercado de trabajo y a las posibilidades reales y potenciales de combinar actividades comerciales en el tianguis y de trabajo asalariado, lo podemos caracterizar por los siguientes componentes de carácter estructural. El primero es el referente a la oferta laboral que se despliega en la región y que se ofrece en los establecimientos económicos fijos de venta de productos al menudeo y al mayoreo, el que se ofrece en los tianguis que se instalan en distintos puntos de la región durante un día a la semana, los mercados tradicionales fijos, y los llamados supermercados que se han asentado en las dos últimas décadas, principalmente en las cabeceras municipales que, como hemos visto, son al mismo tiempo cabeceras regionales. El segundo componente que caracteriza al mercado laboral es el referente al trabajo que se oferta en la burocracia municipal, así como el que se ofrece en el sistema educativo que se despliega en la región, ambos considerados partes de las actividades terciarias. Adicional a ello tenemos la industria ubicada en los corredores industriales de Huejotzingo y de San Martín Texmelucan que propician la empleabilidad de los pobladores de la región en edad de trabajar en jornadas laborales de ocho horas diarias bajo un esquema de empleo formal que generalmente es minoritario en la estructura ocupacional contemporánea. En este tipo de empleos, la movilidad territorial va de los municipios —los hogares— al empleo, generalmente en las cabeceras municipales, que son pequeñas ciudades donde se concentra el trabajo, y en las instalaciones industriales que se localizan en los complejos industriales.

Otra característica del trabajo asalariado en la región lo constituye el hecho de encontrarse dentro de la dinámica *megalopolitana*, lo cual genera la posibilidad de movilidad constante a los centros urbanos tales como las metrópolis del valle de México, o la de Puebla y Tlaxcala. Aquí se realiza una movilidad cotidiana —de ida y vuelta—. Este tipo de trabajo emplea a los hombres como albañiles y operarios en fábricas, y a las mujeres en el trabajo doméstico asalariado. Todas estas ocupaciones como la albañilería, obreros, y el trabajo doméstico asalariado obligan a una movilidad de retorno todos los días de la semana al municipio de origen, en tanto que las actividades comerciales en el tianguis permiten una mayor flexibilidad temporal por parte de quienes lo practican, esto porque forman parte de las actividades de producción y reproducción del grupo doméstico y de la economía popular. Este despliegue de los pobladores de la región que practican el comercio en los tianguis propicia un circuito social en los municipios de la región funcional. Por lo que las unidades domésticas que incursionan en los tianguis de las subregiones funcionales se pueden caracterizar como trabajadores que buscan posicionarse en un segmento en la economía regional y que lo encuentran en el comercio de bienes que practican en los tianguis. Se trata pues de trabajadores del mercado de consumo regional al interior del circuito mercantil, que se integran en formas de economía popular que se enmarcan en la propuesta de Coraggio y Sabaté (2010). Consideramos plantear que la función principal de las unidades domésticas de la región que se mueven en el tianguis es la de mover productos de origen agrícola y manufacturados, cuyo objetivo es la venta a un segmento de población de recursos medios y escasos que culturalmente se orienta hacia este tipo de consumo.

Las formas de intercambio que practican las unidades socioeconómicas familiares de la región representan una posibilidad de ingreso familiar que sustenta la producción y reproducción del grupo doméstico, nuclear y ampliado. Los bienes pasan de mano en mano y se transforman en cada transacción, mutando de valor de uso en valor de cambio. Cuando llegan a manos de los tianguistas de la región, las pondrán nuevamente en los mercados en que interactúan: el de la cabecera regional, el de la región, el de las cabeceras municipales cercanas, el de los tianguis regionales por los que incursionan en sus prácticas comerciales configurando el circuito mercantil. Estos enlaces de interacción en el circuito mercantil incorporan a los vendedores en los tianguis de manera marginal y en la medida en que ellos

son sus propios creadores y productores de trabajo, a través de la articulación de mercancías de bajo precio. De tal manera que los bienes se convierten en mercaderías a venderse en el circuito mercantil que el tianguista ha generado en su cotidianidad, como fuerza de trabajo en búsqueda de alternativas de ingreso familiar.

Los tianguistas de la región extienden la vida de la mercancía como capital por realizarse, al introducirla en el circuito mercantil propio del intercambio regional. Por lo que consideramos que ellos son los crean el comercio regional y, a su vez, las ganancias obtenidas en los intercambios las invierten en la reproducción material e inmaterial de la unidad socioeconómica familiar, sin olvidar los compromisos ceremoniales de sus respectivos municipios. En general nos enfrentamos a una población con orígenes campesinos y artesanos emergidos de un contexto de una agricultura precaria y minifundista que, con el paso del tiempo enfrentó embates agresivos de una constante urbanización.

Es importante destacar que el circuito mercantil de nuestra región funcional está configurado por una la red de colaboración social que forma una cadena de vinculaciones entre las diferentes unidades socioeconómicas familiares en el tianguis. En dicha articulación se juega la sobrevivencia de las unidades domésticas, así como de las festividades de los diferentes municipios y comunidades de la región. De tal manera que en el comercio en el tianguis, con las ventas de mercaderías se incorporan las actividades económicas de un segmento amplio de la población regional, lo que permite complementar el ingreso familiar, el cual se compone del producto agrícola, el formar parte de un programa asistencia social, la crianza de animales domésticos, el trabajo asalariado en la industria regional, de la albañilería en la industria de la construcción, o el servicio doméstico asalariado, así como el ser trabajador burocrático de la administración municipal, o del sistema de educación pública regional en las funciones adjetivas, en tanto que alguna cantidad de dicho ingreso económico se destina a las festividades de carácter religioso o a la realización grandes festividades como sus carnavales, como es el caso de los municipio de Huejotzingo y de San Pedro Cholula..

Malinowski (s.f), en un trabajo realizado sobre la economía de un sistema de mercados en México, plantea que las distintas formas de prácticas o colaboración

implementadas en el tianguis incluyen, en primera instancia, a familiares, amigos, conocidos, y parientes, para movilizar recursos como dinero, mercancías, y personas. De esta forma, en los tianguis, entendidos como red de colaboración, se implica no a solamente personas sino también a las mercancías. Es decir, al tianguis se incorporan familiares, amigos, vecinos, o parientes, para salir a vender a los diferentes tianguis de la región a cambio de un salario, salario que invertirán, con posterioridad, en la compra de mercancías para la reventa, alcanzando así cierta independencia laboral. Algunas unidades socioeconómicas familiares de la región, las más pobres, salen a recolectar hongos, chapulines, frutos, maderas, y flores silvestres que venden en los tianguis regionales del circuito mercantil, y cuyos ingresos invierten nuevamente en mercancías para la reventa. Otra forma de adquirir dinero es vendiendo de forma directa parte de la producción agrícola.

Las regiones funcionales en estudio se encuentran geográficamente en el altiplano poblano. Presentan un determinado patrón de distribución de orden jerárquico respecto a sus tianguis, lo que origina una red de complejas relaciones económicas, que a su vez forman parte de un amplio circuito mercantil articulado a través de mecanismos básicos de reproducción, producción, distribución, y consumo de las unidades socioeconómicas familiares.

Analizar el intercambio de mercancías, y la configuración de los tianguis que, se realizan un día a la semana en el circuito mercantil, conlleva a incorporar elementos que definen el movimiento de mercaderías en las regiones funcionales. Dichos, elementos para tomarse en consideración, son: la producción agropecuaria intrarregional, las vías de comunicación que interconectan a las regiones, y la elaboración de artículos artesanales que le imprime un sello distintivo a los tianguis de las regiones funcionales. En lo que se refiere a la producción agropecuaria, aunque más adelante entregamos más información al respecto, nos encontramos con una importante peculiaridad de las regiones: la existencia de la propiedad minifundista, la cual se caracteriza por la existencia de bajos rendimientos en la producción por predio cultivado, así como la degradación de suelos, lo cual ha provocado el abandono de tierras cultivables que en otros tiempos representaban ingresos considerables para las unidades socioeconómicas familiares.

Este bajo rendimiento agrícola registrado en los predios minifundistas provocó un considerable empobrecimiento del abasto de bienes alimenticios en las unidades socioeconómicas familiares de las regiones funcionales. Dichas unidades sobrevivieron y reprodujeron su grupo familiar con ingresos que obtenían a través de la venta de su fuerza de trabajo en las zonas donde se ubicaron los corredores industriales que se llegaron a establecer en las regiones, o mediante la modificación de los proyectos biográficos reorientándolos hacia la migración laboral internacional, o a través de la actividad comercial practicada en los tianguis del circuito mercantil.

Las vías de comunicación que interconectan las regiones han jugado un papel preponderante en el desarrollo del circuito mercantil. En efecto, la construcción y mejoramiento de vías terrestres han permitido una fácil accesibilidad a los tianguis, lo cual propició su favorable desarrollo, e incluso han permitido su permanencia. En el circuito mercantil en las regiones funcionales se localizan cuatro tianguis, cuya importancia la podemos caracterizar en un orden jerárquico: la importancia económica de cada uno de los municipios que integran las regiones y de sus cabeceras regionales, con su ubicación geográfica, y con las comunicaciones con que cuentan.

En los cuatro tianguis del circuito mercantil se distinguen cuatro niveles jerárquicos de acuerdo con el tamaño y magnitud en el movimiento de mercancías: San Martin Texmelucan con su venta de ropa, San Pedro Cholula y Atlixco con la venta de productos agropecuarios, y Huejotzingo con ventas de artesanías. A partir de estos se genera un mayor número de tianguis de menor tamaño que relacionan la entrada y salida de mercaderías. Los tianguis del circuito mercantil se encuentran en manos de vendedores profesionales de los municipios en particular y en lo general de las regiones funcionales.

Desde luego que dado el crecimiento de la población que se ha experimentado en las regiones, las características de la producción y las vías de comunicación con que cuentan les dan un gran dinamismo a los flujos de mercancías, que desde luego son favorecidos por la dinámica de los tianguis del circuito. Dado el proceso de comercialización del circuito mercantil podemos destacar algunos elementos emanados de la producción y de la ampliación del mercado regional, con la circulación de productos y las demandas de las regiones funcionales. En efecto, encontramos productos que provienen

de los excedentes de la producción agrícola, silvícolas, y artesanales, cuyo destino principal, aunque no el único, es el mercado regional. Así mismo nos encontramos con productos de origen manufacturero de todo tipo que el circuito incorpora, para satisfacer ciertos segmentos de la demanda de las regiones funcionales.

La jerarquía de los tianguis que hemos enunciado se ha establecido a través de un proceso histórico presente en las regiones, esto dada la importancia económica y política de cada municipio, así como de sus vías de comunicación, y servicios públicos necesarios para la realización de las transacciones comerciales que se efectúan en los tianguis. Las cabeceras municipales de nuestras regiones funcionales han evolucionado de manera distinta, observándose que los municipios con una mayor dinámica económica han mejorado sus vías de comunicación. El caso más concreto es la región de San Martin Texmelucan, en la cual con la construcción de la autopista México-Puebla le ha dado una dinámica importante a su tianguis.

Las transacciones mercantiles en el circuito propician por lo menos cuatro tipos de vendedores: los mayoristas, que por lo general traen su productos de la central de abastos y los revenden; los que venden en pequeñas cantidades lo que ellos mismo producen, y que puede ser de la localidad o de municipios cercanos integrados en la región funcional; el comerciante fijo que posee un espacio dentro del edificio del mercado y radica en el mismo municipio; los comerciantes itinerantes que recorren todo el circuito en el transcurso de la semana y que pueden estar relacionados con los demás tipos de vendedores de distintas maneras.

El circuito mercantil que estudiamos se ve influenciado por un calendario ritual, el cual hace referencia a las celebraciones y festividades de carácter cultural y religioso que influye de una manera importante en los tianguis del circuito. En la festividad de los fieles difuntos —en los últimos días de octubre e inicios de noviembre— los tianguis crecen de manera considerable debido a la gran demanda de productos de consumo necesario para el desarrollo de la celebración. Esta conmemoración coincide con la disponibilidad de productos regionales, ya que para estas fechas los pobladores de los municipios realizan la cosecha de maíz, frijol, calabaza, chilacayote, flores de cempasúchil, frutas, etcétera. Otras festividades importantes se efectúan durante la Navidad, fin de año, y la conmemoración de

la Semana Santa. No podemos pasar por alto las respectivas festividades de los Santos Patrones de cada uno de los municipios, por ejemplo, en San Martin Texmelucan el Santo Patrón es San Martín Caballero que se festeja en el mes de noviembre, en Huejotzingo el Santo Patrón es San Miguel Arcángel y se festeja en el mes de septiembre, en San Pedro Cholula es la Señora de los Remedios y la fiesta se lleva a cabo durante la primera semana del mes de septiembre. Todas estas festividades en los municipios dan una mayor vivacidad a los tianguis del circuito. En efecto, el ambiente festivo de los días de tianguis le da un carácter especial a los municipios. El espacio económico destinado a la compra-venta de productos es también el espacio social que propicia la concentración de los pueblos y rancherías que acuden, intercambiando y confrontando sus realidades comunes, es decir, su cotidianidad política, económica, y religiosa, siendo la ocasión para el esparcimiento en la tranquila observación de lo adquirido o la satisfacción de lo vendido, cuyos ingresos muchas veces son transferidos en la compra de otros satisfactores, o lo disfrutan comiendo o preparando alimentos —mole, barbacoa, etcétera— que sólo se encontrarán en esos días.

2.1.3 Comercialización directa en el circuito mercantil

Los tianguis que integran la región en estudio configuran una comercialización directa de todo tipo de mercaderías modernas y tradicionales, lo cual conforma la base del consumo en la región, de tal manera que sus comerciantes —marchantes— pueden representar un nicho de alcance regional y en constante competencia o permanente intercambio. Dentro del circuito mercantil, como espacio más amplio del mercado, es dominado por las transacciones locales y regionales de mercancías. Esto provoca no sólo fases sucesivas de la historia económica, sino también procesos económicos concurrentes que dan cierta peculiaridad a los procesos de intercambio en los tianguis de nuestro circuito mercantil.

La llegada de los centros comerciales en la región—Bodega Aurrera en San Pedro Cholula, San Martín Texmelucan, Atlixco y Huejotzingo; Tiendas Oxxo también en las cuatro regiones; Wall-Mart en San Pedro Cholula, Soriana en San Pedro Cholula y Atlixco— no necesariamente ha resultado en perjuicio de los lugares de intercambio más antiguos o tradicionales, como los tianguis, haciéndolos menos rentables. Por el contrario, los tianguis entran en competencia con las nuevas ofertas y, por lo tanto, se adaptan con

rapidez a las nuevas tendencias del mercado de consumo del circuito mercantil, que los centros comerciales, las tiendas de conveniencia, o el supermercado traen. Las implicaciones de esta formulación para los centros de comercialización tradicionales en la región, como estructuras de intercambio, han mantenido su preferencia por la población debido a un alto contenido cultural que caracteriza al consumo. Los productos de la región son considerados más saludables y baratos, además son bienes que las distintas generaciones solían considerar en sus dietas alimenticias.

Veamos cómo se da este proceso socioeconómico. La lógica de funcionamiento del mercado regional, dados sus simbolismos culturales, incluye el tipo de mercancías que afectan la estructura del intercambio de la región dominado por la presencia de grupos étnicos específicos. De esta manera tenemos que el cálculo significativo de las preferencias alimentarias contiene una la lógica simbólica que de cierta forma organiza la demanda en el mercado de los condimentos de los platos socialmente preferidos en la región. Entonces se tiende a relacionar las especificidades de los gustos culinarios regionales con la organización del mercado, que no es meramente un espejo de lo que se podría llamar las relaciones sociales del consumo, sino un contribuyente al mismo.

La comercialización en el circuito mercantil regional tiene sus roles de proveedor que también indudablemente son generadores de un significado cultural que localizan y confirman un capital cultural de los comerciantes del tianguis: el verdulero, el carnicero, la tortillera, el quesero, etcétera, y en general todos los vendedores le dan un rostro a la formación social de los tianguis. La intervención particular de comerciantes, distribuidores, y otros intermediarios, en la configuración de los gustos conforman un componente importante del complejo proveedor —tianguis— en la demanda en el circuito mercantil. En el caso de nuestra región funcional, aún más que las preferencias de la población por cierto tipo de mercaderías, la carga altamente simbólica de la mercancía en sí misma invita a variaciones que influyen en la estructura del intercambio y expanden el rol de los comerciantes hacia los tasadores o valuadores culturales en el proceso de adquisición y venta de los objetos. Debido a que la mercancía que los tianguistas compran y venden es definida, clasificada, y evaluada principalmente en términos de los artículos regionales, como carnes, fruta, verduras, legumbres, ropa, etcétera, los tianguistas no sólo están

movilizando un conjunto de objetos a través del circuito mercantil sino también están intercambiando información, mediando, modificando, y comentando en un amplio espectro de conocimiento cultural.

Entonces aquí tenemos evidentemente, por principio de cuentas, que la demanda ha sido configurada culturalmente a nivel regional, pero también el ámbito de los proveedores ha sido tomado como consecuencia o subproducto de la demanda regional. Pero también hay características singulares en los proveedores, consumidores, y vendedores en diferentes regiones, dando cuenta de la dimensión cultural del complejo comercial y el significado del propio proceso de comercialización en el circuito mercantil. El intercambio, materializado en la comercialización, supone uno de los mayores acercamientos a la hora de entender los fenómenos de la sociedad en el nivel más elemental de interacción, a saber, la vida cotidiana, que en cierta forma predispone la relación de los distintos grupos sociales con la cultura. Consumo, ocio, todos estos niveles de interacción de la vida cotidiana, se explican por una cosa muy obvia, aunque no por ello insignificante, a saber, el gusto (Frenzen *et. al*., 1994). El gusto limita nuestras preferencias, nuestras actitudes, ideas, acciones, pero ¿qué es lo que limita y da forma a nuestro gusto?

En principio podríamos señalar que el gusto pertenece a un orden abstracto que conforma nuestros criterios y disposiciones hacia las cosas, y que, en este orden, se definen las relaciones diferentes e incluso antagónicas con la cultura, según las condiciones en que hemos adquirido nuestro capital cultural. Podemos afirmar que la región, como todas las regiones, intrínsecamente contiene como referente hábitos culturales acumulados que se transmiten a lo largo de generaciones y que definen el intercambio de mercaderías en los mercados en general y en los tianguis en particular, componente que se encuentra presente en nuestro circuito mercantil.

Los hábitos representan un conjunto de prácticas generadas por las condiciones de vida de los grupos sociales en regiones específicas, así como la forma en la que estas prácticas vislumbran una relación concreta con la estructura social regional, esto es, el espacio de los estilos de vida que día a día son expresados por los habitantes de la región. Los estilos de vida pasan a ser productos de los hábitos que devienen en sistemas sociales definidos por sus propias características. Es decir, se puede observar cómo aquellas

prácticas cotidianas que conforman un estilo de vida se corresponden con ciertos hábitos determinados por un nivel cultural establecido.

2.1.4 Lugares de comercialización: tianguis y circuito mercantil

A través de los años las sociedades en sus diferentes etapas históricas han conformado circuitos mercantiles que, a su vez, han propiciado la necesidad de construir diversas formas de comunicación que actúan como venas abiertas, por los cuales circulan individuos y mercancías de manera regular y que permiten la intercomunicación de los diferentes tianguis distribuidos regionalmente. Estos circuitos, por los que numerosos individuos con sus mercancías van y vienen a lo largo del año en ambos sentidos, muestran una compleja red de relaciones socioculturales de diversa naturaleza. El circuito cuenta con espacios en el ámbito rural y en el conurbado que se caracterizan por la presencia constante de personas en tránsito, en donde reciben servicios de alimentación y hospedaje. Las unidades socioeconómicas familiares que participan en los circuitos mercantiles tienen un origen común, que comparten a través de la experiencia acumulada en la movilidad constante en ciertas condiciones, a partir de la cual se reconocen entre sí, y establecen la idea de un "nosotros" distinto a los "otros". La interacción que tienen con la demás población parte del reconocimiento de esta diferencia y es precisamente la que les da identidad como tianguistas. Adicional a ello, también comparten ciertos rasgos culturales, como sus propios calendarios, sistema de valores, cosmovisión, y otros elementos entre los que destaca el lenguaje, pues tienen una jerga, es decir, un lenguaje derivado de la profesión y especializado que sólo entienden los individuos que recorren los circuitos mercantiles y la gente que trabaja en los tianguis.

Los tianguis de la región funcional surgieron en algún momento de la historia, no contamos con fechas precisas de su conformación, pero sí tenemos presente que datan de épocas prehispánicas, como lo señala Bonfil Batalla (1973) y ya lo abordamos en el Capítulo I de este trabajo. Las familias lo han hecho una tradición cultural. Ellas acudían y acuden en la actualidad a demandar bienes que no podían obtener en su entorno. Para llevar a efecto sus encuentros históricamente se fueron conformando sitios y fechas específicas

para los encuentros comerciales (Swedberg, 2005). En Huejotzingo y Atlixco se lleva a cabo los sábados, en San Martín Texmelucan el martes, y en San Pedro Cholula el domingo. En el altiplano de Puebla al lado de los comerciantes establecidos, algunos productores ofrecen sus bienes en un tianguis que se realiza un día determinado de cada semana. Estos intercambios involucran transporte de mercancías, a corta y larga distancia, que llegan acompañadas de ideas, modas, y estilos que por estas vías se difunden por el territorio.

Si analizamos en este contexto el papel de ferias regionales tradicionales, como la de San Pedro Cholula y la de Huejotzingo en Puebla, nos percatamos que la naturaleza de esos enclaves comerciales también ha sufrido transformaciones cuantitativas y cualitativas de consideración, consistentes en un incremento importante en la cantidad de visitantes y en cambios progresivos en el perfil dominante de los productos que se ofrecen, de modo que si bien siguen figurando en la oferta plantas de uso medicinal y otros productos tradicionales, como por ejemplo las escobas de vara, los artículos artesanales de palma, los petates, las artesanías de barro laqueadas, mercancías de otra índole que han sido incorporadas a la venta, sobre todo de procedencia de otros continentes. En ese contexto, también se observa un incremento en la oferta de productos de origen industrial que se hace tangible aún sin haberse cuantificado en términos de espacios y volúmenes de venta. Los vendedores de plantas medicinales proceden de ciudades como Atlixco o la misma capital del estado de Puebla, y su clientela abarca a compradores a menudeo y medio mayoreo. Los recolectores y acopiadores locales y regionales siguen participando, pero su perfil compite con el de los vendedores extrarregionalas más organizados y que representan enlaces distantes con otros circuitos mercantiles[12].

Los comerciantes de nuestro circuito mercantil tienen una particularidad: la mayoría de ellos son originarios de las regiones funcionales del circuito mercantil y muestran un conjunto de conocimientos relacionados con los bienes que llegan a ofrecer. Tienen una base de operaciones que generalmente es su pueblo de origen, la mayoría de ellos disponen

12 La región de Pahuatlán, ubicada en la Sierra Norte del estado de Puebla, se distingue, entre otras cosas, por el cultivo, procesamiento, distribución, y venta de este tipo de plantas medicinales. Su alcance de distribución es nacional. Hasta la cabecera regional llegan compradores al mayoreo de estas mercancías, quienes se encargan de hacerlas llegar a los mercados de consumo en distintas partes del mismo estado de Puebla y a otras regiones del México. Así se integran en distintos circuitos mercantiles.

de un medio de transporte para transportar sus las mercancías, otros simplemente alquilan los servicios de camiones. Todos los comerciantes de los tianguis son perfectos conocedores de las regiones y saben de memoria las fechas de las ferias más importantes, así como las de los diversos tianguis que se llevan a cabo en los municipios del circuito mercantil. Saben con exactitud lo que pueden vender y qué es lo que pueden comprar en cada municipio en fechas específicas. Los diversos caminos les son familiares, saben perfectamente cuántas horas invierten en ir de un municipio a otro y en qué sitios se puede pernoctar y cuáles son los caminos más cortos y transitables. De esta forma se vitaliza el circuito mercantil.

Dentro de los rasgos culturales que identifican a la región funcional en estudio están la elaboración de artesanías, bordados de trajes para carnaval. También están la gastronomía típica, como el mole de guajolote, la elaboración de carnitas. Cuenta, asimismo, con bebidas tradicionales como la sidra y algunos vinos de frutas de la región, membrillo, etcétera. El consumo de frutas como el durazno, la pera, ciruela, chabacano, capulín, ente otros. A su vez la región se caracteriza por el cultivo del maíz, el frijol, y la calabaza, también por la cría de ganado porcino y aves que se venden posteriormente en los tianguis regionales. En términos religiosos, la región se caracteriza por albergar santuarios como la Señora del Rosario en el municipio de San Pedro Cholula, el de San Miguel Arcángel en varios de los municipios que conforman la región. Si consideramos los rituales más importantes de la región, se encuentra el carnaval en Huejotzingo y el de San Pedro Cholula principalmente.

Es una región con grandes contrastes político-económicos. Actualmente su centro regional para la actividad comercial es San Martin Texmelucan, y para el turismo son los municipios de San Pedro Cholula y Atlixco. En estos municipios se concentran la mayor parte de los servicios, industrias, comercio especializado, medios de comunicación, e infraestructura educativa, en oposición con el resto de los municipios y localidades al interior de las regiones que se caracterizan por su marginación y pobreza.

Los tianguis que conforman el circuito mercantil se estructuran mediante las rutas comerciales en las que sus sujetos se mueven. Se trata de un gran sistema de mercados configurado a su vez por subsistemas de intercambio caracterizados siempre por actores

concretos, formas de producción y distribución, y por el despliegue de capitales socioculturales que configuran a cada subsistema de intercambio. En efecto, los tianguis de nuestro circuito mercantil están acompañados de vivencias cotidianas que dan cuenta de una configuración de formas de ganarse el día a día para sobrevivir. Todo lo que uno requiere para la vida diaria está en los tianguis del circuito mercantil, a precios accesibles en comparación con los comercios establecidos, y con la posibilidad de establecer un vínculo del regateo entre los participantes del intercambio. Estas formas cotidianas emanan de diversas connotaciones y manifestaciones de carácter cultural.

La mayor parte de las unidades socioeconómicas familiares del circuito mercantil acuden a otros tianguis, en otros días de la semana, a ofrecer sus productos: a los tianguis de la Ciudad de México, Tepeaca, Tecamachalco, esto sin desatender los tianguis que conforman el circuito mercantil que nos ocupan. La gran mayoría de las unidades socioeconómicas familiares son de Puebla y Tlaxcala, predominando la población de las cabeceras municipales y municipios que conforman la región funcional. También concurren comerciantes del Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Veracruz, Oaxaca ofreciendo mercancías que no se producen en las regiones del circuito mercantil.

Se comercializa ropa, calzado, verduras, hortalizas y frutas, abarrotes, animales domésticos, y productos raros como jabón para curar la envidia, té para calmar los nervios, víboras, hongos exóticos, y toda especie animal, vegetal, o mineral imaginable. Entre los géneros predomina el de ropa y el hortofrutícola. Al circuito mercantil llegan a comprar comerciantes del sureste de México, así como de los estados de Morelos, Guerrero, Oaxaca, Hidalgo, y Veracruz. Los productos hortofrutícolas cultivados y ofrecidos en el circuito tienen la cualidad de ser frescos y baratos, ventajas que lo sitúan como uno de los circuitos mercantiles importantes de México. Los introductores de otras plazas adquieren en el circuito artículos perecederos —apio, col, coliflor, rábanos, alcachofas, betabel, lechuga, zanahoria, cebolla, tomate, jitomate, papa, camote, nabo, cilantro, perejil, huazontle, y frutas diversas— que rematan en la subasta de sus respectivas plazas.

Estos subsistemas de intercambio de bienes conjugan un gran sistema de mercados mediante las rutas comerciales que cientos de tianguistas y comerciantes de toda la región siguen y edifican, movilizando no sólo mercancías y bienes, sino toda clase de capitales

culturales, como el parentesco y la religión, con lo que se estructuran diversos tipos de relaciones sociales con otros actores, es decir, conexiones entre y con otros subsistemas de intercambio que se concretizan en los centros sociales y económicos conformados por los mercados y tianguis.

Este planteamiento ya ha sido enfatizado en diversos trabajos cuando se analiza y explora a los tianguis en su dimensión cultural y económica, por ejemplo, Bronislaw Malinowski (1957) estudia la constitución de un sistema de mercados en Oaxaca, y afirma que estos constituyen el principal mecanismo económico de distribución, revelando cómo la gente dispone de sus productos y adquiere artículos para su consumo. Compendia, en suma, la organización económica de cada distrito y localidad (Licona, 2017).

En este sentido, también se afirma que los tianguis y mercados componen un extenso sistema de mercados. Sin embargo, los intercambios comerciales que enlazan a cada subsistema dentro de la región funcional no se reducen a los intercambios mercantiles, ni intereses meramente económicos. El sistema de mercados del territorio Puebla-Tlaxcala también contempla aquellos intercambios matizados por otro tipo de relaciones sociales. No se puede entender, por ejemplo, la distribución de cecina en los comedores del mercado municipal de la ciudad de Atlixco sin antes abordar las complejas relaciones de parentesco entre los comerciantes que hacen posible una división social del trabajo matizada también por los roles de género. O abordar la producción de vegetales, frutas, y cereales sin antes adentrarse en la organización familiar que configuran los productores directos en los tianguis. Entonces se afirma que en el sistema de mercados se estructuran intercambios económicos, pero también aquellos socioculturales que complementan a los primeros y complejizan las formas en los que los mercados y tianguis se abordan. Las rutas comerciales que edifican los actores son la materia prima en la configuración de los sistemas de mercado porque es ahí en donde se movilizan los capitales socioeconómicos y se trasladan aquellas relaciones socioculturales que se pueden observar en los tianguis, las cuales se conjugan y estructuran todas las dinámicas económicas, sociales y culturales presentes en estos espacios de intercambio. Con ello se asevera que el sistema de mercados funciona como un todo complejo en el que tiene lugar la reproducción social, la identidad,

y la edificación de una institución siempre presente en los actos que expresan los sujetos, con lo cual se muestra la configuración de una forma de vida social concreta.

En un trabajo de Licona Gámez (2017) se realiza un ejercicio de clasificación de subsistemas de intercambio del circuito mercantil. En primera instancia se destaca que Atlixco es un subsistema de intercambio floriculturista, donde se destaca que los lugares de mayor importancia para las actividades comerciales se realizan en el mercado y en el tianguis de la ciudad de Atlixco, pero además en la Plazuela del Productor. La característica principal es el intercambio de flores y plantas provenientes de la zona y localidades aledañas a esta cabecera regional, lo cual ha posicionado a esta región como uno de los principales referentes en la floricultura a nivel nacional e incluso internacional. De dicha actividad destacan los productos ornamentales, es decir, la flor de corte que será empleada en la elaboración de arreglos florales, además de la producción ornamental —plantas de diversas especies— que llegan a comercializarse más allá de la región Puebla-Tlaxcala. Cabe mencionar la conocida venta de cecina por lo que el mercado se ha vuelto conocido y frecuentemente visitado por turistas nacionales y extranjeros. (Licona Gámez, Sebastián; Sánchez Águila, Daniel; Quislev Valle Mejía, Rocío; Cruz Hernández, Ithzel, 2017)

Para el caso de Cholula es caracterizado como un subsistema de intercambio campesino. Destacan los mercados de los barrios de Santiago Mixquitla, Santa María Xixitla, y el mercado municipal de San Pedro Cholula “Cosme del Razo”. El área del subsistema Cholula comienza desde las faldas de los volcanes Iztaccíhuatl y Popocatépetl, abarcando los territorios cuyo límite corresponden a los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula, incluyendo también a Santa Isabel Cholula. Resalta como principal característica el intercambio campesino, es decir, la presencia de los productores directos de artículos de primera necesidad como frutas, legumbres, y semillas, las cuales se producen en la zona gracias a la presencia de extensiones de terrenos donde aún es posible cultivar, así como un sustrato fértil y accesibilidad al agua para asegurar las cosechas. Si bien, cada población del área de Cholula cuenta con su propio día de tianguis, donde se desarrolla la actividad económica y mercantil, la venta de la producción se concentra en los mercados de San Pedro Cholula. (Licona Gámez, Sebastián; Sánchez Águila, Daniel; Quislev Valle Mejía, Rocío; Cruz Hernández, Ithzel, (2017)

Por último, el caso de San Martín Texmelucan y Huejotzingo, son considerados como un subsistema de intercambio textil transnacional. Este tianguis tiene una presencia que abarca no sólo la región Puebla-Tlaxcala, sino que va más allá de la región para situarse como un referente de importancia entre los comerciantes de todo el sur y sureste del país. Esto se debe, principalmente, a la localización la cabecera regional de San Martín Texmelucan, sirviendo de punto intermedio entre la Ciudad de México, los estados de Puebla y Tlaxcala, la región norte y sureste del país, situándose como una opción entre los productores de la industria textil para tener presencia en áreas comerciales lejanas sin tener que trasladarse a estos sitios, pues los comerciantes acuden a este tianguis para surtirse de mercancía y se vuelven intermediarios para alcanzar dichas áreas comerciales. (Licona Gámez, Sebastián; Sánchez Águila, Daniel; Quislev Valle Mejía, Rocío; Cruz Hernández, Ithzel, (2017)

Los subsistemas de intercambio propuestos en este texto permiten entender la forma en que operan y se articulan los mercados y tianguis de la región Puebla-Tlaxcala, ya sea por la importancia de ciertos productos o debido a las influencias que algunos lugares tienen sobre localidades más pequeñas, articulándose dentro de las dinámicas comerciales y generando redes comerciales que devienen en rutas que se han ido estableciendo con el paso del tiempo, constituyendo de esta forma un sistema de circuitos mercantiles.

En efecto, los tianguis municipales semanales y el circuito mercantil de la región representan mecanismos importantes de intercambio. Las ferias anuales que se realizan se siguen celebrando: los cholultecas, los huejotzingas, los texmeluquenses, así como los atlixqueños, siguen viajando hasta regiones distantes comerciando con productos típicos de la región. El comercio inter-circuitos se organiza dentro de un nuevo esquema de economía global. Al parecer, en el circuito mercantil de nuestra región el comercio ha sido una de las actividades que han conservado los grupos familiares que fueron económicamente muy poderosos hasta principios del siglo XX. Sin embargo, existen grupos familiares que sólo disponen de un raquítico capital, una puerta hacia la calle, y algún miembro de la familia —casi siempre una mujer— con el tiempo disponible para pasar muchos ratos muertos en espera del cliente que gastará apenas unos pesos. Son los casos en que el comercio sólo

aporta ingresos suplementarios y permite entretener los ocios de la madre anciana, la esposa inquieta, o la hija soltera. (Bonfil Batalla, 1973)

Por otra parte, en nuestro circuito mercantil, existe una serie de puestos dedicados a venta de alimentos preparados; algunos sólo expenden en días de plaza. Son pobladores de las regiones funcionales, pero también hay quienes vienen regularmente desde puntos distantes como vendedores de acociles y ensaladas de nopales que llegan desde Santa Anita, Tlaxcala. Otros comerciantes que llegan de fuera de nuestro circuito traen a vender su propia producción. Así los fabricantes de quesos de Tlaxcala y de la zona de Chiautla, Puebla, los alfareros del barrio de San Matías, de la Trinidad, Tlaxcala, del barrio de la Luz en la ciudad de Puebla, o los tejedores de cestas de Natividad que llegan de Tlaxcala, por mencionar algunos casos.

Una diferencia importante con los comerciantes que pertenecen al circuito mercantil es que estos proceden de las localidades de las regiones funcionales y en general sólo acuden al tianguis de los municipios a los que pertenecen. En tanto que los comerciantes que no pertenecen al circuito acostumbran a recorrer varias plazas de la región y proceden de un ámbito geográfico más extenso. El camino que trazan incluye, por ejemplo, las plazas de los sábados en Atlixco y Huejotzingo, y los martes en San Martín Texmelucan, así como los de San Pedro Cholula. Su lógica es comprar pequeñas cantidades de mercancía barata en una plaza para revenderlas en la siguiente.

Por último, en nuestro circuito mercantil están los comerciantes al por mayor. Algunos llegan en sus propios camiones de carga, desde diversos puntos de Puebla y Tlaxcala, trayendo frutos de tierra caliente que venden a comerciantes minoristas y a clientes particulares. Otros traen artículos de procedencia lejana y se instalan con varios puestos a la vez, atendidos por empleados. Resulta, pues, que los vendedores proceden de un ámbito geográfico muy amplio, que a grandes rasgos abarcan partes del Estado de México, el Distrito Federal, Tlaxcala, hasta de la tierra caliente, y aun ciertos puntos de Oaxaca y Veracruz, así como del estado de Hidalgo. En cambio, los compradores son oriundos de los municipios de las regiones funcionales que conforman nuestro circuito mercantil. La gente que llega a los tianguis llega por diversos medios: unos a pie o en bicicleta, muchos en camión de línea, pocos en vehículos propios. Hay un cierto orden

tradicional de mercaderías dentro de los tianguis del circuito mercantil, razón por la cual los comerciantes se conocen entre sí, se prestan algunos servicios y charlan constantemente.

Al sistema de tianguis acuden los habitantes de las regiones funcionales y de las localidades predominantemente agrícolas que las integran, por lo que los tianguis tienen un definido sabor rural que contrasta con el ambiente de los mercados urbanos. Hay, por esa misma razón, cierta variación estacional en el tipo de mercaderías, sobre todo en los productos de la agricultura. El comercio establecido, tanto el que se localiza en la propia plaza como el que se concentra en las principales calles de los municipios, se beneficia directamente de los tianguis tradicionales, ya que mucha gente aprovecha la ocasión del día de tianguis para adquirir otros artículos en establecimientos especializados.

En el cuadro 2.1 se presenta información respecto a la existencia de tianguis y de mercados públicos que se ubican en el circuito mercantil; en la región de Huejotzingo se registraron 3 tianguis y 6 mercados públicos, siendo el de mayor presencia y tradición el del municipio de Huejotzingo que se realiza todos los sábados. En la región de San Martin Texmelucan se registraron 13 tianguis y 7 mercados públicos, que también destaca el tianguis de los martes que se lleva a cabo los martes. La región de San Pedro Cholula cuenta con 19 tianguis y 7 mercados públicos, que al igual que las anteriores regiones, se destaca el tianguis de los domingos que se desarrolla en el municipio de San Pedro Cholula; y finalmente tenemos la región de Atlixco que cuenta con 2 tianguis y 2 mercados públicos. En general la región funcional en estudio cuanta con 37 tianguis y 22 mercados públicos.

Cuadro 2.1. Unidades de comercio y abasto en operación por región al 31 de diciembre de 2016

	Tiendas Diconsa	Tianguis	Mercados Públicos	Cental de Abastos	Centros de acopio de granos y oleoginosas
Puebla	1382	267	193	3	57
Región Huejotzingo	6	3	6	0	0
Región San Martin Texmelucan	36	13	7	0	7
Región San Pedro Cholula	3	19	7	0	1
Región Atlixco	8	2	2	0	3
Total Región Funcional	53	37	22	0	11

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, Anuario estadístico y geográfico de Puebla y Tlaxcala. 2017

2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA: MERCADOS LABORALES REGIONALES

En el período 1990-2020, la Población Económicamente Activa (PEA) total de la región funcional ha experimentado importantes cambios. Para esas tres décadas, podemos observar que casi se duplicó su magnitud absoluta. En efecto, experimentó una tasa anual de crecimiento promedio de 3.6 por ciento, tasa similar a la que registró la PEA a nivel Estatal en el mismo período. Para el mismo periodo observamos que por género la PEA de hombres en el total de la región funcional registró una tasa de crecimiento promedio anual de 2.5 por ciento, un punto porcentual menor a la que se experimentó a nivel estatal. En contraste la PEA de la región funcional de mujeres mostró una tasa de crecimiento muy alta de 6.2 por ciento, lo que significó un crecimiento al doble que la que registró a nivel estatal. En términos absolutos la PEA de hombres a nivel regional para el año de 1990 fue de 143,285 y para el caso de las mujeres fue de 28,994. Para el año de 2020 la PEA hombres se expandió muy lentamente al alcanzar un nivel absoluto de 341,108 personas, en cambio las mujeres alcanzaron una cifra récord de 238,519.

Observando por decenios a nivel de la región funcional podemos destacar en el cuadro 2.2 que la tasa de crecimiento promedio anual del total de la PEA. Por las razones más arriba señaladas, para el periodo 1990-2000 fue de 2.9 por ciento, la masculina y la femenina para esos mismos años se expandían a tasas de 1.4 por ciento y 8.4 por ciento, respectivamente. En términos absolutos la PEA regional para el año de 1990 alcanzó un nivel de 172,279 personas, por género tenemos que la femenina acumuló la cantidad de 28,994 y los hombres 143,285. Para el año de 2000 la PEA regional alcanzó un nivel absoluto de 341,108, de los cuales las mujeres alcanzaron una cifra de 74,121 y los hombres obtuvieron una cifra de 341,108, lo cual propició que el total de la región funcional registrara tasas de crecimiento promedio anual de 2.8 por ciento para los años 1990-2000. Las mujeres, también a nivel regional, experimentaron una tasa de crecimiento promedio anual de 8.4 por ciento, en tanto que para el caso de los hombres alcanzaron una tasa de 1.4 por ciento. Para este decenio la mayor dinámica, mediada a través de las tasas de crecimiento promedio anual, se observó en las subregiones de San Pedro Cholula y Atlixco

en la PEA de mujeres, que registraron tasas de creciente de 11.2 y 7.2 por ciento respectivamente.

Para las siguientes dos décadas el crecimiento de la PEA de las regiones funcionales, así como a nivel estatal muestran un comportamiento homogéneo. En efecto para los decenios 2000-2010 y 2010-2020 se observan tasas de crecimiento similares sin sobresaltos. Sin embargo, por género la PEA presenta diferencias significativas: para el caso de la PEA femenina se notan crecimientos promedio anuales elevados para la década 2010-2020; en el caso de la PEA de varones para los decenios 2020-2010 y 2010-2020 denotan tasas de crecimiento lentas y sin cambios significativos. A nivel de las subregiones cabe destacar el crecimiento de la PEA femenil para el decenio de 2010-2020 donde la región de Huejotzingo y San Martin Texmelucan registraron tasas de 12.9 y 9.2 por ciento, respectivamente. El escaso crecimiento de la PEA en el total de la región funcional para el segundo decenio, 2000-2010 se puede explicar por los agudos movimientos demográficos y socioeconómicos que se han venido manifestando a lo largo de los últimos cincuenta años, aunque resulta complicado precisar en qué medida actuó cada uno de estos factores.

Aquí tendríamos que prestar atención al aumento de la tasa de crecimiento natural de la población en la región funcional ya que en ese período se puso de manifiesto una modificación en la estructura de edades de la población ya que nos encontramos con un aumento del porcentaje de la población dependiente y se modificó la distribución de la PEA por grupos de edad. Otro elemento para tomar en consideración es que en la región se experimentaron altos índices de escolaridad, como veremos más adelante, los cuales registraron una elevación sustancial en los años señalados. No debe descartarse tampoco la posibilidad de que las oportunidades reales de empleo aumentaran con menor rapidez que la población en edades activas.

En el decenio que va de 1990 a 2000, la Población Económicamente Activa (PEA) a nivel estado, presentó una tasa de crecimiento promedio anual de 4.2 por ciento y pasó de un volumen de 1,110,489 de personas en 1990 a otro de 1,683,233 para el año de 2000. El ritmo de crecimiento promedio anual de la PEA masculina para ese decenio fue de 1.4 por ciento. Para la siguiente década 2000-2010, la tasa de crecimiento promedio anual del total de la PEA estatal había sido de 2.6 por ciento; la masculina y la femenina se expandían a

tasas de 2.9 por ciento y 4.8 por ciento respectivamente. En términos absolutos, para el año 2010 la PEA estatal total había alcanzado 2,178,686, a nivel regional, para ese año fue de 322,389 personas. Las mujeres a nivel estatal alcanzaron la cifra de 689,893, a nivel regional fue de 103,386. Las cifras nos reflejan una pérdida en la dinámica de crecimiento en las mujeres mayor que en los hombres. Este hecho se explica por el aumento de la población femenina estudiantil, tal y como lo veremos más adelante.

Cuadro 2.2. Región Funcional: Población Económica Activa, Total, Hombres y mujeres. Miles y Tasas de Crecimiento. 1990-2020

	PEA Total				Tasas de crecimiento			
	1990	2000	2010	2020	1990-2000	2000-2010	2010-2020	1990-2020
Puebla	1110489	1683233	2178686	3198118	4.2	2.6	3.9	3.6
Región Huejotzingo	19393	21984	31055	73717	1.3	3.5	9.0	4.6
Región San Martin Texmelucan	64091	72577	98886	188077	1.3	3.1	6.6	3.7
Región San Pedro Cholula	48301	81732	123393	211416	5.4	4.2	5.5	5.0
Región Atlixco	40494	53841	69055	106417	2.9	2.5	4.4	3.3
Total Región Funcional	172279	230134	322389	579627	2.9	3.4	6.0	4.1
	PEA Hombres				Tasas de crecimiento			
	1990	2000	2010	2020	1990-2000	2000-2010	2010-2020	1990-2020
Puebla	894040	1176317	1488793	1887571	2.8	2.4	2.4	2.5
Región Huejotzingo	16643	16468	22018	43333	-0.1	2.9	7.0	3.2
Región San Martin Texmelucan	54028	53100	68561	114879	-0.2	2.6	5.3	2.5
Región San Pedro Cholula	40500	59119	83310	123723	3.9	3.5	4.0	3.8
Región Atlixco	32114	36647	45114	59173	1.3	2.1	2.7	2.1
Total Región Funcional	143285	165334	219003	341108	1.4	2.9	4.5	2.9
	PEA Mujeres				Tasas de crecimiento			
	1990	2000	2010	2020	1990-2000	2000-2010	2010-2020	1990-2020
Puebla	216449	506916	689893	1310547	8.9	3.1	6.6	6.2
Región Huejotzingo	2750	5516	9037	30384	7.2	5.1	12.9	8.3
Región San Martin Texmelucan	10063	19477	30325	73198	6.8	4.5	9.2	6.8
Región San Pedro Cholula	7801	22613	40083	87693	11.2	5.9	8.1	8.4
Región Atlixco	8380	17194	23941	47244	7.5	3.4	7.0	5.9
Total Región Funcional	28994	64800	103386	238519	8.4	4.8	8.7	7.3

Fuente: Elaboración propia en base a Datos de INEGI, Censos de población y vivienda. 1990, 2000, 2010 y 2020.

En todo el período 1990-2020 se continuaron profundizando los cambios en la estructura de la PEA en nuestra región funcional, por lo que este periodo se puede considerar, visto desde una perspectiva ocupacional, como la profundización en la trayectoria del desarrollo económico que se venía experimentando en el país a lo largo de los últimos cuarenta años. Lo anterior se fundamenta en las disminuciones que observan en

la participación de las actividades primarias, así como en el sector secundario y terciario, que por el contrario aumentaron su participación en la actividad económica.

2.3. LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL CIRCUITO MERCANTIL: AGRICULTURA, INDUSTRIA Y SERVICIOS

La forma en cómo encontramos distribuidos y organizados, tanto las fuentes de producción como los consumidores de bienes y servicios en el circuito mercantil nos da luz sobre los elementos que dinamizan y cómo se encuentra organizado el espacio socioeconómico de estudio. En nuestra región funcional de estudio, los municipios que la integran ostentan en su mayor parte una dinámica comercial de bienes y servicios, y, en otros casos, se pueden observar elementos manufactureros que por su distribución en el espacio socioeconómico nos llama la atención.

Las actividades agrícolas, en toda la región funcional, paulatinamente han dejado de ser el centro de la actividad del circuito mercantil, para pasar a representar un complemento de los ingresos de los hogares y de las familias, es decir, de sus actividades de producción y por ende de reproducción. Las actividades del sector servicios o terciarias predominan sobre el resto, cada vez más y de manera importante emplea a un número considerable de pobladores de los municipios en la región, proporción que se incrementa con fuerza en ciertos periodos definidos por la presencia de crisis económicas. Este tipo de actividad laboral organiza en mucho la dinámica social en los municipios, pero también sus localidades lejanas que se relacionan con las cabeceras regionales del circuito mercantil. Esta actividad económica se encuentra ligada a procesos más amplios de flexibilización del modelo de relaciones laborales, de carácter global, donde los salarios son manipulados, donde las prestaciones se limitan, donde importa sobre todo mantener rentabilidad de la empresa sobre el bienestar del trabajador.

En el caso de la presencia manufacturera, lo que observamos en el circuito mercantil es que esta actividad productiva se encuentra distribuida a lo largo y ancho de las cabeceras regionales. Los Parques Industriales que aparecen en las regiones de San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula —específicamente en Cuautlancingo—, en

los municipios del circuito mercantil, sacan provecho de la ubicación geográfica y estratégica de nuestra región funcional. Los datos de la Asociación Mexicana de Parques Industriales nos permiten ubicar en este espacio regional, perteneciente al altiplano poblano Centro Sur, la mayor parte de corredores de empresas industriales que ahí se localizan. Dichos corredores son: Corredor empresarial Cuautlancingo, A.C., FINSA Puebla industrial Park, Parque industrial Área 1 San Martin Texmelucan, Parque industrial el Carmen Huejotzingo, Parque industrial fraccionadora industrial del norte, S.A. de C.V. (FINSA), Parque industrial San Miguel Huejotzingo, Parque industrial Textil Huejotzingo, y Parque industrial Volkswagen-Fraccionadora industrial del norte S. A de C. V.

Las formas de producción, distribución, consumo, y cambio en el circuito mercantil se presentan de diversas maneras. De manera progresiva se van incorporando procesos de mayor dinamismo, como en el caso de la presencia industrial y de la proliferación de los servicios manifiestos en las los intercambios comerciales en el circuito, lo que repercute en un uso incesante del espacio, el aumento de opciones, y la diversidad de relaciones, lo que motiva una importante capacidad de compra de los pobladores del circuito mercantil que motiva un intenso dinamismo comercial en el circuito mercantil, permitiendo de esta manera mantener vivos y con mucha asistencia de la población en los tianguis de la región funcional.

Las actividades económicas que desempeñan los pobladores de nuestro circuito están cambiando. La evidente desaceleración del sector primario, a causa del abandono y falta de apoyos al campo, así como la falta de inversión en el sector, el recurrente incremento en los costos de producción, la entrada de productos y su consumo a menores costos, ha provocado una continua desaceleración en los niveles de rentabilidad y por tanto motivado el desinterés de las nuevas generaciones de la población en continuar con la producción agrícola en las áreas rurales del circuito mercantil.

Para el año 2015, como puede observarse en el cuadro 2.3, la población ocupada en nuestra zona de estudio en el sector primario representó un 19.5 por ciento, es decir apenas dos de cada 10 trabajadores se ubicaron ocupados en este sector, caracterizado además por actividades laborales dominadas por la precariedad. Sin embargo, la mayor atención está puesta en el sector servicios, que le da ocupación e ingresos, ciertamente también precarios, al 50 por ciento —si se adiciona al sector comercio 17.2 por ciento y servicios 33.0 por

ciento— de la población ocupada de la región funcional para el año de 2015, como se muestra en el cuadro 2.3: cinco de cada diez trabajadores de la población ocupada se ubican en dicho sector. Esta forma de ocupación tiene sus aristas. Por un lado, tenemos la pérdida de rentabilidad del sector, por otro los escasos ingresos y ganancias efímeras, lo que atenta contra la reproducción de las familias destinándolas a buscar formas de actividad alternativas.

Cuadro 2.3. Población Ocupada por Región y su Distribución porcentual según sector de actividad Económica. Al 15 de marzo de 2015. (Miles y porcentajes)

			Primario	Secundario	Comercio	Servicios	No
		Total					Especificado
	Puebla	2184324	18.8	26.2	17.7	35.7	1.0
	Región Huejotzingo	46107	22.5	29.8	17.2	29.1	2.1
	Región San Martin Texmelucan	136560	21.4	30.7	17.6	29.3	0.7
	Región San Pedro Cholula	137888	10.1	31.9	16.6	38.0	5.4
	Región Atlixco	70296	32.8	15.7	17.6	32.6	0.0
	Total Región Funcional	390851	19.5	28.4	17.2	33.0	2.7

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, Anuario estadístico y geográfico de Puebla y Tlaxcala. 2017

De acuerdo con la división ocupacional de la población del circuito mercantil, en el cuadro que se encuentra enseguida, se puede apreciar la distribución de la población ocupada según el sector de actividad económica, esto con respecto al año 2015. Es destacable que las actividades terciarias sobresalen de las manufacturas y prevalecen más sobre las actividades primarias. La población del circuito mercantil ha experimentado cambios significativos en la ocupación y en relación con el espacio socioeconómico que prevalece en la región, así como en el proceso de las relaciones sociales. Esto se hace evidente con la distribución de las actividades económicas. En la región funcional la población ocupada en su mayoría tiende a incorporase en el rubro de comerciantes y trabajadores en servicios diversos, viendo en este segmento del mercado laboral una opción sobre las formas de producción que imperaban hace treinta años cuando las condiciones del agro resultaban rentables.

Cuadro 2.4. Población Ocupada y su distribución Porcentual por región. Según División ocupacional al 15 de marzo de 2015.

		Total	División Ocupacional a/porcentajes				
			Funcionarios Profecionales Técnicos y Administrativos	Trabajadores Agropecuarios	Trabajadores en la Industira	Comerciantes y Trabajadores en servicios diversos	No Especificados
	Puebla	2184324	22.0	17.6	23.5	36.2	0.7
	Región Huejotzingo	46107	16.2	21.7	26.6	34.6	0.0
	Región San Martin Texmelucan	136560	14.9	20.4	27.4	36.5	0.1
	Región San Pedro Cholula	137888	26.6	9.1	28.3	34.0	3.2
	Región Atlixco	70296	17.1	30.2	15.8	35.9	0.0
	Total Región Funcional	390851	19.6	18.3	25.6	35.3	1.7

Fuente: Elaboración propia en basa a datos de INEGI, Censos de Población y Vivienda. 1990, 2000, 2010 y 2020

En el cuadro 2.4 se presentan las regiones que conforman el circuito mercantil, en cuanto a su distribución porcentual según la división ocupacional y la participación de la población ocupada en los segmentos del mercado laboral. Las cabeceras regionales de las regiones Huejotzingo, San Martin Texmelucan, San Pedro Cholula y Atlixco, son las que representan la mayor concentración de población ocupada, y están agrupadas en su mayoría en las actividades comerciales y trabajadores en servicios diversos. En este renglón, el total de la región funcional, para el año de 2015, registró un porcentaje de 35.3. A nivel de las regiones se destaca San Martin Texmelucan que registró un porcentaje de 36.5, ligeramente superior a las demás regiones que conforman el circuito mercantil.

A nivel municipal, las actividades comerciales y de servicios que destacan al interior de las regiones son por ejemplo en la región de San Martin Texmelucan, San Felipe Teotlalcingo, San Martin Texmelucan y San Matías Tlalancaleca, la población ocupada en actividades de comercio y servicios tienen una participación de 40 por ciento, por arriba del promedio del total del circuito mercantil. Este comportamiento del sector de comerciantes y trabajadores en servicios pone de manifiesto el constante flujo vehicular en los caminos y carreteras que existen en el circuito mercantil que han provocado un desarrollo importante en distintos servicios, motivando a su vez un impulso al turismo. Esto lo podemos observar en el cuadro 2.5 que da cuenta sobre la llegada de turistas a la región funcional. En dicho cuadro podemos observar que para el año de 2016 el circuito mercantil recibió 460,226 turistas residentes del país, de los cuales más de la mitad —254,198— los recibió la región de Atlixco, lo que constituye sin duda una actividad importante en la generación de

empleos para la población. Esta actividad ha provocado la apertura de emprendimientos familiares en el circuito mercantil, siendo los más comunes la instalación de *talacherías*, talleres mecánicos, fondas y puestos semifijos de comida, sobre todo en apoyo al tránsito de turistas y otras que van de paso.

Cuadro 2.5. Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje por centro turístico según residencia del turista y región según categorías turísticas del establecimiento. 2016

		Total	Residencia en el país	No residentes en el país
	Puebla	4237702	3585075	652627
	Región Huejotzingo		0	0
	Región San Martin Texmelucan		80008	9000
	Región San Pedro Cholula		126023	15763
	Región Atlixco		254198	18759
	Total Región Funcional		460229	43522

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI, Anuario estadístico y geográfico.

La importancia del circuito mercantil no puede explicarse sólo en función del comercio y los servicios. La industria manufacturera en la actualidad presenta un nuevo periodo de expansión, y tiene como contexto histórico una larga tradición en la zona que comprende las regiones limítrofes de los estados de Puebla y Tlaxcala. En efecto, el rubro de los trabajadores en la industria se manifiesta como el segundo en importancia representativa, y se destaca que a nivel del total en la región funcional en estudio se registró una participación del 25.6 por ciento. La región de Atlixco se presenta como la región en donde su población trabajando en la industria manufacturera sólo alcanza un porcentaje de 15.8. Las regiones de San Pedro Cholula, San Martin Texmelucan y Huejotzingo tuvieron las participaciones más altas: 28.3, 27.3 y 26.6 respectivamente.

La localización de las actividades industriales ocupa principalmente mano de obra que se ubica en las inmediaciones de las cabeceras municipales. Esta población es incorporada a las actividades productivas, previa capacitación, lo que les permite tener un sector de la población con ciertos niveles de especialización y que además son empresas que aprovechan todas las características de cada región. En tal sentido, las zonas industriales se ubican cerca de las vías principales de comunicación, por lo que tal actividad emplea principalmente a la población que habitan las cabeceras municipales de Huejotzingo, San Martin Texmelucan, San Pedro Cholula y Atlixco, lo que se convierte

también en la base de la migración interna intermunicipal. Los municipios que mayormente destacan en cuanto a trabajadores que se ocupan en la industria a nivel municipal son Tepetitla de Lardizabal —37.03 por ciento— y Nanacamilpan de Mariano Aristas —34.98 por ciento—, ambas en la región de San Martin Texmelucan, y Juan C. Bonilla —35.82 por ciento— que pertenece a la región de San Pedro Cholula. Estos datos se encuentran en el anexo estadístico.

Es importante hacer mención que en nuestro circuito mercantil se puede constatar una estrecha relación, que ha existido entre las dinámicas industriales y la vida urbana que prevalece en las cabeceras regionales. Al hacer mención del desarrollo industrial presente en nuestra la región funcional se hace referencia, ante todo, a un proceso que históricamente tuvo por escenario principal la ciudad de Puebla, por los municipios que conforman nuestro circuito mercantil y por su cercanía con la capital poblana.

Dicho fenómeno lo ilustra E. J. Palacios (citado en Bonfil, 1973) haciendo una referencia histórica donde se puede observar y destacar esa importante relación que ha provocado la trasformación y prevalencia del circuito mercantil —que, según da cuenta el propio Bonfil (1973), tiene antecedentes desde el época prehispánica, a lo largo del periodo colonial, que llega hasta el siglo XX, y aún a la actualidad—, lo que ha permitido hablar de Puebla como la cuna de la industria textil mexicana que ocurrió entre los de 1833 a 1835, cuando el coronel Esteban de Antuñano estableció los primeros husos automáticos en su fábrica *La Constancia Mexicana*, donde se llegaron a montar 7,680 husos. Medio siglo después —en 1881—, Bandelir (citado en Bonfil, 1973) anota la existencia de muchos obrajes de algodón, aguas arriba del Atoyac —a partir del puente de Cholula—, donde se encontraban ocupados cientos de indios.

En la actualidad, la zona conurbada, conocida como la zona metropolitana Puebla-Tlaxcala, es una de las principales concentraciones industriales presentes en la República Mexicana. Los nuevos desarrollos de la industria se dan en la periferia de la propia capital poblana, especialmente al norte y al noroeste, así como rumbo al este, bordeando la autopista a la Ciudad de México y las carreteras a las dos “Cholulas”, San Pedro y San Andrés, hasta llegar a la ciudad de Puebla. Ya existe incluso industria pesada —automotriz y siderúrgica—, así como industria química y de otras muchas ramas, sin faltar, por supuesto, la textil. Muchos habitantes de los municipios del circuito mercantil y de las

localidades rurales viajan diariamente hacia los establecimientos industriales para trabajar, formando de esta manera un verdadero ejército de obreros que, aunque hoy crece a expensas del sector agrícola, como lo hemos señalado, han hecho una larga tradición fabril.

En efecto, el sector industrial es de gran importancia por su peso económico y por sus ramificaciones en el tejido productivo en nuestro circuito mercantil. Genera la mayor parte del valor agregado de la economía estatal y, adicional a ello, tenemos que dicho sector da empleo a la cuarta parte de los trabajadores en la región. El sector industrial del circuito mercantil muestra contrastes: por una parte existen ramas, como la siderúrgica, la petroquímica, la automotriz, la de autopartes, y algunos segmentos del sector textil, que disponen de tecnología de punta y de formas de integración que les permiten elevar la productividad en el conjunto de su actividad, y, por la otra, hay ramas que han quedado rezagadas y paulatinamente pierden participación en la producción estatal, como es el caso de las dedicadas a los alimentos, bebidas, y otros segmentos de los mismos textiles.

Por otra parte, tenemos que el tercer renglón en importancia al interior de la estructura ocupacional de nuestro circuito mercantil se encuentra en la población que se ocupa en actividades de funcionarios profesionales, técnicos y administrativos. En este rubro, toda la región funcional registró un porcentaje de 19.6, destacándose la presencia de la región de San Pedro Cholula que registró el mayor porcentaje del total de la región funcional con un 26.6 por ciento. Las regiones de Atlixco y Huejotzingo registraron porcentajes de 17.1 y 16.2 respectivamente, y la región de San Martin Texmelucan registró el porcentaje menor de 14.9 por ciento.

Por último, tenemos a los trabajadores agrícolas. Sabemos que la agricultura está en franco desvanecimiento. Sólo la región de Atlixco mantiene una presencia importante en dicho sector, en donde la población ocupada mantiene un porcentaje alto, ya que para el año de 2015 ocupaba un 30.2 por ciento de la población. Sin embargo, la actividad agrícola queda ligeramente favorecida en las regiones de Huejotzingo y San Martin Texmelucan que obtuvieron un porcentaje de 21.7 y 20.4 respectivamente. El porcentaje menor de población ocupada en las actividades agrícolas lo registró la región de San Pedro Cholula con apenas un 9.1 por ciento.

Es importante destacar que, en el circuito mercantil en estudio, por sus orígenes culturales e históricos, la población que en ella habita todavía mantiene, aunque disminuida

una tradición agrícola arraigada. Sus habitantes están familiarizados directa o indirectamente con dichos procesos, con las formas productivas que a esta actividad corresponden. Dichos conocimientos han prevalecido a lo largo de generaciones y se han sostenido y es posible constatarlos en la actualidad. Las prácticas agrícolas requieren de un trabajo que se realiza en distintas temporadas de cada año sujetos a los ciclos climáticos, por en la actualidad dichas prácticas han tendido a desaparecer rápidamente. Denotan una disminución considerable, sobre todo en aquellos municipios donde escasea la fuerza de trabajo para el sector agrícola, cuando hace tres o cuatro décadas solían generar ingresos económicos importantes. Sin embargo, por el continuo deterioro que ha experimentado el sector agrícola en el circuito mercantil la gran mayoría su población, desde los años ochenta, ya no se dedica a las tareas de ese trabajo. Las generaciones jóvenes del circuito incluyen numerosos profesionistas que fuera o dentro de sus municipios de origen han abandonado el trabajo campesino y se han urbanizado. Habría que considerar también los impactos de la migración interna e internacional que reducen el tamaño de la familia campesina, y con ello el de la fuerza de trabajo disponible para la actividad agrícola y también impactan con cambios en los imaginarios sociales en relación con la agricultura.

De acuerdo con un estudio de Tichy (citado en Bonfil, 1973), en la época inmediata a la revolución de 1910 la propiedad de la tierra en el área presentaba las siguientes características principales: predominaban los predios de propiedad privada, las haciendas mayores se encontraban al oeste y noreste de San Martin Texmelucan, en tanto que los ranchos de superficie mediana circundaban Puebla y se extendían rumbo a Atlixco. Las tierras de los pueblos, en cambio, ocupaban superficies considerables en torno a Tlaxcala y a Cholula y en una franja que va desde Huejotzingo hasta la cima del volcán Iztaccíhuatl. La distribución anterior de formas de propiedad explica bien la situación contemporánea resultado de la reforma agraria efectuada tras la finalización de la revolución mexicana: las tierras de los pueblos se mantienen con apenas ligeras ampliaciones, los ejidos ocupan grandes extensiones en la vertiente noroeste de la Sierra Nevada en torno al estado de Puebla —al sur de la Malinche y rumbo a Atlixco—, y la pequeña propiedad registrada se localiza, fragmentada, en las antiguas zonas de haciendas y latifundios.

Hemos verificado, a través de la observación en campo, que aún existen amplias zonas de cultivo en el circuito mercantil donde la población desarrolla prácticas agrícolas.

En la región de San Martin Texmelucan en los municipios de San Salvador el Verde, San Lorenzo Chiautzingo en donde existen varias extensiones donde se práctica la agricultura, al igual que en la región de Atlixco se puede observar una importante extensión de tierras que practican la agricultura. En las regiones de Huejotzingo y San Pedro Cholula se observan claramente extensiones territoriales en completo abandono, a excepción de algunos municipios en donde todavía se pueden notar áreas de cultivo. En efecto, los municipios que mayormente podemos destacar son: Calpan de la región de Huejotzingo; Chiautzingo de la región de San Martin Texmelucan; San Jerónimo Tecuanipan, Santa Isabel Cholula de la región de San Pedro Cholula; Tianguismanalco y Tochimilco pertenecientes a la región de Atlixco.

2.4. LO SOCIOECONÓMICO EN EL CIRCUITO MERCANTIL

De acuerdo con información del cuadro 2.6, que nos da cuenta sobre algunos indicadores socioeconómicos del circuito mercantil, encontramos que el índice de marginación para nuestro circuito mercantil nos puede proporcionar una aproximación al conocimiento de la desigualdad manifiesta en la región funcional. En efecto, las cuatro regiones funcionales que componen el circuito mercantil pueden ser clasificadas con un grado bajo de marginación. En la región de Huejotzingo, de sus cinco municipios que la componen dos han sido clasificados con un grado de marginación mediano y los otros tres con un grado de marginación bajo. Para la región de San Martin Texmelucan, sólo un municipio ha sido clasificado con un índice de marginación muy bajo, otros tres municipios con un índice mediano, y para el resto de los municipios —ocho— con un índice bajo. Para la región de San Pedro Cholula, cinco de sus municipios han sido clasificados con un índice de marginación bajo, dos con un índice de marginación muy bajo, al igual que otros dos con un índice alto. Llama la atención el caso del municipio de San Pedro Cholula —la cabecera regional— que registró un índice muy alto de marginación. Respecto a la región de Atlixco, de sus cinco municipios que la componen, tres de ellos fueron clasificados con un índice alto, uno con un índice bajo y un municipio con un índice mediano de marginación.

Cuadro 2.6. Población total, indicadores socioeconómicos, índice de marginación en el circuito mercantil: Huejotzingo, San Martin Texmelucan San Pedro Cholula y Atlixco. 2015

		Población Total	% Población de 15 años o más analfabeta	% Población de 15 años o más sin primaria completa	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	% de ocupantes en viviendas sin agua entubada	% de viviendas con algún nivel de hacinamiento	% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	% Población en localidades con menos de 5000 habitantes	% de Población ocupada con ingresos de hasta 2 salarios mínimos	Índice de marginación
Puebla		6168883	8.4	21.3	1.6	0.9	6.9	35.3	5.7	38.5	52.2	na
Región Huejotzingo		102750	5.6	19.9	1.2	0.5	4.2	36.0	5.1	59.5	55.3	-0.57
Región San Martin Texmelucan		379128	4.3	15.6	0.7	0.5	1.4	36.0	4.3	52.3	60.1	-0.70
Región San Pedro Cholula		371564	5.4	18.9	1.7	0.5	10.9	38.0	5.4	35.2	54.7	-0.58
Región Atlixco		191088	10.9	30.0	5.4	0.8	3.9	43.0	8.4	74.7	66.1	0.12
Total Región Funcional		1044530	6.5	21.1	2.3	0.6	5.1	38.3	5.8	55.4	59.0	-0.43

Fuente. Elaboración Propia en base a estimaciones del CONAPO con base en el INEGI. Encuesta intercensal 2015 y Censo de Población y Vivienda 2010.

En lo que se refiere a la educación, la población total que habita en el circuito mercantil sin instrucción primaria completa fue tres veces mayor que la población analfabeta —21.1 por ciento y 6.5 por ciento respectivamente—. La región más afectada fue la de Atlixco, donde también fue tres veces la población sin primaria completa respecto a la población analfabeta —30 por ciento y 10.9 por ciento respectivamente—. La región que presentó menos esta problemática fue la región de San Martin Texmelucan —15.6 por ciento y 4.3 por ciento respectivamente—. En las restantes regiones del circuito mercantil podemos observar que se mantiene dicha relación. Huejotzingo registró un 19.9 por ciento de población sin primaria completa, San Pedro Cholula obtuvo un porcentaje de 18.9 por ciento. Respecto a la población analfabeta tenemos que Huejotzingo tuvo un porcentaje de 5.6 por ciento y San Pedro Cholula de 5.4 por ciento. En consecuencia, podemos afirmar que, en cuanto al analfabetismo en el total de la región funcional, los valores máximos se presentaron en la región de Atlixco —10.9 por ciento— y el menor, en la región de San Martin Texmelucan —4.3 por ciento—.

El nivel de hacinamiento de la vivienda en la población del circuito mercantil es considerablemente complicado. El porcentaje de población que vivía en viviendas que registraron un nivel de hacinamiento elevado rebasó el 35 por ciento en la mayoría de las

regiones que componen el circuito mercantil, siendo más alto en la región de Atlixco —43 por ciento— y el más bajo se registró en las regiones de San Martin Texmelucan y Huejotzingo —36 por ciento—. Los indicadores de viviendas sin agua entubada y con piso de tierra mostraron valores que oscilaron entre menos de dos puntos porcentuales, a excepción de la región San Pedro Cholula que registró un 10.9 por ciento de ocupantes en viviendas sin agua entubada. Por su parte, los indicadores de la falta de drenaje y energía eléctrica afectaron en proporciones menores a los dos dígitos en las cuatro regiones del circuito mercantil siendo estos en promedio de 2.3 por ciento y 0.6 por ciento respectivamente.

Por último, los indicadores de ingresos y de población residiendo en localidades de menos de cinco mil habitantes arrojaron magnitudes considerables. Respecto del primero tenemos que, para toda la región funcional, el 59 por ciento de la población ocupada percibía hasta dos salarios mínimos. Respecto al segundo indicador representó un 55.4 por ciento del circuito mercantil que vivía en localidades pequeñas. Aunque son destacables los valores que se registraron para el caso de la región de Atlixco y San Martin Texmelucan donde el porcentaje de población ocupada que percibía hasta dos salarios mínimos fue de 66.1 por ciento y 60.1 por ciento respectivamente. En el caso del indicador del porcentaje de población que vive en localidades con menos de cinco mil habitantes, se destacan los casos de la región de Atlixco y Huejotzingo que registraron porcentajes de 74.4 por ciento y 59.5 por ciento respectivamente.

El análisis de los datos que nos ofrece el Consejo Nacional de Población (CONAPO) a nivel municipal nos muestra de manera cruda que la marginación es un fenómeno multidimensional y estructural que se expresa en la falta de oportunidades y en la desigual distribución del progreso en la estructura productiva, lo que excluye a diversos grupos sociales, incidiendo en los niveles de bienestar y en la creación de capacidades, recursos, y, por ende, en el desarrollo (CONAPO, 2012).

De acuerdo con CONAPO (2012), el índice de marginación a nivel municipal permite diferenciar y ordenar nuestro circuito mercantil según el nivel o la intensidad de nueve tipos de carencias englobadas en cuatro dimensiones socioeconómicas: educación,

vivienda, distribución de la población, e ingresos monetarios, medidos como porcentaje de la población que carece de estos. El índice es un parámetro analítico y de resumen que permite la identificación y ubicación en el espacio de sectores de la sociedad que carecen de oportunidades para el desarrollo y de la capacidad para encontrarlas o generarlas.

Vamos a hacer una aproximación a la estructura socioeconómica a nivel de los municipios que conforman nuestro circuito mercantil, lo cual nos va a permitir ubicar con mayor detalle la situación que guardan cada uno de los municipios de la región funcional analizada en cuanto a su estructura socioeconómica. Diecisiete municipios que alcanzaron un grado bajo de marginación, conjuntaban una población de 463,732 de personas, o 44.4 por ciento de la población total de la región funcional. Así mismo, podemos observar que seis municipios tuvieron un índice de marginación mediano, lo que significó una población total de 110,238 personas o 10.5 por ciento de la población total de la región funcional. Tres municipios registraron un nivel de marginación muy bajo, una población de 276,617 personas, lo que implicó una participación porcentual de 26.5 por ciento. Cinco municipios registraron un índice de marginación alto, lo que representó una población de 64,911 personas, o 6.2 por ciento. Solamente un municipio del circuito mercantil registró un índice de marginación muy alto, lo que significó una población de 129,032 personas, o en términos porcentuales un 12.4 por ciento.

Otro dato que llama la atención es con respecto a la vivienda en los treinta y tres municipios que componen el circuito mercantil. En este caso podemos observar que el único indicador que alcanzó los dos dígitos fue el del porcentaje de vivienda con algún nivel de hacinamiento. Tenemos para este indicador dieciséis municipios del circuito mercantil que registraron un porcentaje que va de 30 a 40 por ciento, otros diez municipios que obtuvieron un porcentaje de 40 a 50 por ciento, cinco municipios que registraron un porcentaje de 20 a 30 por ciento, y solamente dos municipios obtuvieron un porcentaje de 50 a 60 porciento, un porcentaje considerablemente elevado. Fueron los casos de los municipios de San Nicolás de los Ranchos —60.34 por ciento— de la región de San Pedro Cholula, y San Diego la Mesa Tochimiltzingo —51.43 por ciento— perteneciente a la región de Atlixco.

En sentido contrario, el porcentaje de ocupantes en viviendas sin energía eléctrica en el circuito contó con los menores niveles de marginación. De los treinta y tes municipios que conforman el circuito mercantil, veintinueve registraron un porcentaje por debajo del 1 por ciento, a excepción de los municipios de Chiautzingo —1.02 por ciento—, San Nicolás de los Ranchos —1.08 por ciento—, Tlaltenango —1.29 por ciento— y Huaquechula —1.36 por ciento—. Por otra parte, el indicador de población que vivía en localidades con menos de cinco mil habitantes tenemos que diez municipios registraron un porcentaje de que va de 0 a 20 por ciento: seis municipios tuvieron un porcentaje de 21 a 40 por ciento, tres municipios con un porcentaje de 41 a 60 por ciento, tres municipios también registraron un porcentaje que oscila de 61 a 80 por ciento, y once municipios obtuvieron un porcentaje de entre 81 y 100 por ciento. Finalmente, para la población ocupada a nivel municipal que ganaba hasta dos salarios mínimos tenemos los siguientes datos. El porcentaje de la población ocupada con ingresos de hasta dos salarios mínimos, trece municipios registraron un porcentaje de 51 a 60 por ciento de su población que percibía dicho nivel salarial, ocho municipios obtuvieron porcentajes de 61 a 70 por ciento, en otros seis municipios su población obtuvo ese nivel de ingreso entre el 41 y 50 por ciento.

En general podemos destacar que a nivel municipal encontramos un poco más del 50 por ciento de los municipios con marginación baja: al menos seis de cada diez individuos ocupados percibían dos salarios mínimos o menos, lo que convirtió a los bajos salarios en el fenómeno más pronunciado. El segundo indicador en intensidad fueron las localidades con menos de cinco mil habitantes: cinco de cada diez individuos. El tercer indicador que se presentó en importancia fue el hacinamiento, pues al menos cuatro de cada diez viviendas se encontraban en tales condiciones. El cuarto indicar fue el de la población de 15 años y más sin primaria completa, lo que implicó que dos de cada diez individuos tenían sin completar sus estudios de primaria. Por último, tenemos el indicador del analfabetismo que afectaba a ciertas proporciones de la población, aunque significativamente menor a la no conclusión de la primaria, de tal manera que si consideramos a las analfabetas en nuestro circuito mercantil tenemos que 0.6 de cada 10 habitantes se encontraban en esta situación.

2.4.1. El salario y composición del ingreso en el circuito mercantil.

La economía mexicana ha experimentado cambios importantes en las últimas tres décadas, los cuales han provocado que las diferencias sociales se agraven y se manifiesten de manera importante en nuestro circuito mercantil. La composición y distribución del ingreso vía salarial va de la mano con la problemática de la desigualdad y de la exclusión social. En el circuito mercantil, el crecimiento de la población, su escaza calificación de quienes buscan emplearse, y la precariedad presente en las ofertas de trabajo, son algunos elementos que explican y mantienen, e incluso hacen permanecer o deteriorar los salarios en general y en particular en el circuito mercantil.

Ante tales condiciones laborales, la población de la región funcional se ha esforzado en generar formas de mejorar sus niveles de ingresos y su calidad de vida. La existencia de más de un empleo, y la incorporación necesaria u opcional de las mujeres a la actividad laboral, así como los diversos emprendimientos familiares que generan ingresos no fijos a partir de la venta de diversos productos, forman parte ya de las labores cotidianas que practica el conjunto de esta población. Dichas formas laborales, que representan incluso una leve disminución de la precariedad laboral, permiten completar el ingreso económico, mismo que permite a las familias, generalmente extensas por las razones económicas y de vivienda aquí presentadas, su reproducción material e inmaterial.

En el cuadro 2.7 se muestra el ingreso salarial, tanto de hombres como de mujeres, de acuerdo con el número de salarios mínimos percibidos en nuestro circuito mercantil en el año de 2017. En dicho cuadro se puede apreciar que la percepción de uno y hasta tres salarios mínimos resulta la más destacada. Para toda la región funcional la población ocupada que percibe de uno hasta tres salarios mínimos alcanza la cifra de 126,490 trabajadores. La región de San Martin Texmelucan es la que se destaca en la región funcional, ya que la población ocupada de esta región alcanza la cifra de 50,237 trabajadores que percibe de uno a tres salarios mínimos. Después se ubica la región de San Pedro Cholula que registró una población trabajadora con ese nivel de salarios de 39,444 trabajadores. La región de Atlixco con 23,021 trabajadores que perciben de uno a tres salarios mínimos. Es importante destacar que a nivel de género los hombres son los que mayor presencia alcanzan en la percepción de este nivel salarial.

En el extremo opuesto podemos apreciar que es muy poca la población que gana diez salarios mínimos y más, lo cual ayuda a explicar las características socioeconómicas señaladas más arriba. A nivel del total de la región funcional apenas 4,545 trabajadores perciben diez salarios mínimos y más. En este caso la región de San Pedro Cholula destaca al registrar una cifra de 2,128 trabajadores que obtienen este nivel de ingresos. Le sigue en importancia la región de San Martin Texmelucan con 1,305 trabajadores que alcanzan este nivel salarial.

Cuadro 2.7. Población Ocupada por nivel de ingresos en las regiones del circuito mercantil. 2017

	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
	De 1 hasta 3 sm	De 1 hasta 3 sm	De 1 hasta 3 sm	mas 3 hasta 5 sm	mas 3 hasta 5 sm	mas 3 hasta 5 sm	mas 5 hasta 10 sm	mas 5 hasta 10 sm	mas 5 hsta 10 sm	10 sm y mas	10 sm y mas	10 sm y mas
Puebla	724032	523022	201010	184984	125658	59326	87394	62244	25150	40732	33079	7653
Región Huejotzingo	13788	10564	3224	2689	1905	784	934	702	232	271	216	55
Región San Martin Texmelucan	50237	38051	12186	9169	6738	2431	3698	2865	833	1305	1071	234
Región San Pedro Cholula	39444	29377	10067	9845	7491	2354	4626	3641	985	2128	1755	373
Región Atlixco	23021	16622	6399	4774	3137	1637	2245	1499	746	841	678	163
Total Región Funcional	126490	94614	31876	26477	19271	7206	11503	8707	2796	4545	3720	825

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI. Anuario estadístico y geográfico de Puebla y Tlaxcala. 2017

Podemos entender que la capacidad de compra de la población ocupada en el circuito mercantil queda definida por la población trabajadora que gana de uno a tres salarios mínimos, situación que provoca que la mayoría de la población ocupada en el circuito mercantil se vea en la imperiosa necesidad de efectuar sus compras en los mercados populares o en los tianguis pertenecientes al circuito mercantil para adquirir sus bienes de consumo básicos. Esto a su vez nos permite dilucidar la poca existencia, aunque creciente, de centros comerciales y otras actividades de distracción progresiva en la región funcional, esto debido a los niveles de urbanización que han alcanzado las cabeceras regionales. Esta situación nos proporciona evidencia de la desigualdad en la distribución del ingreso en nuestro circuito mercantil, y la concentración de este, a la vez que la condición de mujeres con menor presencia en la adquisición de diez y más salarios mínimos. En el resto de los niveles salariales la relación es menos distante.

Adicional a ello podemos afirmar que en el circuito mercantil se hace evidente la falta de capacitación laboral de la población ocupada en la región funcional. Esto ayudaría

a mejorar la calidad y cantidad de los ingresos económicos, lo cual podría impulsar empleos que dignifiquen el bienestar de la población. Las reformas laborales implementadas durante más de cuarenta años de presencia a rajatabla del modelo económico neoliberal han propiciado un daño rotundo en el en el nivel de capacitación y calificaciones de los trabajadores. La serie de estrategias laborales puestas en operación, como el trabajo doméstico, el envío de remesas desde el extranjero, las ventas por catálogo, la creación de emprendimientos familiares, son manifestaciones de que el ingreso, no sólo en nuestra región funcional sino en muchas otras regiones, no es suficiente.

2.4.2. La producción bruta, el consumo intermedio, el valor agregado censal bruto y los activos fijos en el circuito mercantil.

Los indicadores de producción bruta, consumo intermedio, valor agregado censal bruto, y los activos fijos, nos pueden ofrecer una radiografía de la forma en que el circuito mercantil contribuye en la generación de los bienes finales que se producen para satisfacer las diversas necesidades productivas o, en algunos casos, de consumo final, no sólo del propio circuito mercantil, sino que también a nivel del estado de Puebla. En efecto, la producción bruta, que mide la suma total de los valores de los bienes y servicios producidos por una sociedad, o en nuestro caso por el circuito mercantil, como se muestra en el cuadro 2.8, para el año 2017 fue de 215,960 millones de pesos lo que significa que el circuito mercantil generó ese valor en bienes intermedios que se utilizaron en el proceso productivo o de artículos que se destinan al consumidor final. Es importante señalar que a nivel estatal el circuito mercantil aporta el 45.9 por ciento a nivel estatal, porcentaje que se aproxima mucho la mitad del total en la producción de estos bienes. Al interior del circuito mercantil, la región que contribuye más en este indicador es la de San Pedro Cholula con 186,791 millones de pesos, que en términos porcentuales aporta el 86.8 por ciento.

En cuanto al valor agregado bruto del conjunto del circuito mercantil, que representa una magnitud macroeconómica y que nos permite medir el valor total creado por el conjunto de los sectores económicos, en los sectores económicos del circuito mercantil, esto es, el valor del conjunto de bienes y servicios que son producidos por los sectores económicos del circuito mercantil durante un determinado periodo de tiempo. El circuito mercantil aportó al estado de Puebla 43.7 por ciento, mientras que por otra parte al interior

del circuito, es decir a nivel de regiones, la región de San Pedro Cholula aporta al circuito mercantil el 85.9 por ciento, la región de San Martin Texmelucan y Huejotzingo aportaron 8.8 y 3.5 por ciento respectivamente, mientras que la región de Atlixco solamente contribuyó con el 1.6 por ciento.

Respecto al consumo intermedio, que representa el valor de los bienes y servicios utilizados como insumos en el proceso de producción con el fin de generar nuevos bienes y servicios, el circuito mercantil aportó al estado de Puebla un 47.4 por ciento. En tanto que, al interior del circuito mercantil, la región que más aportó fue la región de San Pedro Cholula con un 87.3 por ciento, le siguen las regiones de Huejotzingo y San Martin Texmelucan que aportaron 6.8 y 4.9 por ciento, y la región de Atlixco, nuevamente se convirtió en la región que tuvo una pequeña contribución de apenas 0.9 por ciento.

Finalmente, en referencia al indicador del total de activos fijos del circuito mercantil, que son considerados como toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física, que son adquiridos por las empresas exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas —tales como terrenos, muebles, edificios, equipos, vehículos, etcétera—, tenemos que la región funcional cuenta con un valor total de activos fijos de 58,537 millones de pesos, lo que significa una aportación a nivel estatal de 33.2 porciento. A nivel de la región funcional tenemos que nuevamente la región de San Pedro Cholula fue que mayormente contribuyo al circuito mercantil con un 73.8 por ciento, mientras que las regiones de San Martin Texmelucan y Huejotzingo aportaron 14.4 y 9.4 por ciento. La región de Atlixco contribuye con sólo un 2.2 por ciento.

Cuadro 2.8. Características seleccionadas de las unidades económicas en el sector privado y paraestatal por regiones. 2017

(Millones de pesos)

		Producción bruta	Consumo	Valor agregado	Total de activos
		total	intermedio	censal bruto	fijos
	Estado de Puebla	467847	296833	171013	175814
	Región Huejotzingo	12378	9691	2685	5511
	Región San Martin Texmelucan	13660	7048	6612	8437
	Región San Pedro Cholula	186791	123123	64268	43257
	Región Atlixco	2367	1120	1248	1332
	Total Región Funcional	215196	140982	74813	58537
(Porcentajes)					
	Estado de Puela	100	100	100	100
	% Región Funcional respecto al Estado	46.0	47.5	43.7	33.3
	% de cada región respecto a total regional				
	Región Huejotzingo	5.8	6.9	3.6	9.4
	Región San Martin Texmelucan	6.3	5.0	8.8	14.4
	Región San Pedro Cholula	86.8	87.3	85.9	73.9
	Región Atlixco	1.1	0.8	1.7	2.3

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI. Anuario estadístico y geográfico de Puebla y Tlaxcala. 2017

2.4.3 Estructura educativa en el circuito mercantil.

En nuestro circuito mercantil encontramos datos interesantes respecto a su estructura educativa. De acuerdo con la información del cuadro 2.9, para el año 2020 el circuito tiene una población sin escolaridad de 48,611 personas. El resto de la población, 923,769 habitantes, cuenta con algún nivel de estudios, que va desde preescolar hasta posgrado. La población que se encuentra en nivel de educación básica es de 594,212 —es la suma de la población de preescolar, primaria y secundaria—, la población que estudia un nivel técnico o comercial con secundaria terminada es de 1,872, mientras que la población que cuenta con educación media superior y educación superior es de 173,979 y 151,113 respectivamente. Estas cifras son considerablemente altas en el circuito mercantil, por lo que es posible afirmar que el circuito cuenta con instalaciones educativas suficientes en los niveles básicos, que los programas educativos sean adecuados para las condiciones sociales y culturales del circuito. Esto puede tener impactos positivos en el conjunto de la región funcional, por lo que es posible que mejore la producción, el nivel de ingresos, y la calidad de vida en la población en el circuito mercantil.

Cuadro 2.9. Circuito mercantil: Población de 3 y más años por municipio y sexo según nivel de escolaridad. Al 15 de marzo de 2020.

Municipio / Sexo	Total	Sin Escolaridad	Educación Básica			Estudios Técnicos o Comerciales con primaria Terminada	Educación media superior			Educación superior			
			Preescolar	Primaria	Secuandaria		Estudios Técnicos o Comerciales con secundaria Terminada	Preparatoria o bachillerato a/	Normal básica	Estudios Técnicos o Comerciales con preparatoria Terminada	Licenciatura o equivalente b/	Posgrado c/	No especificado
Estado	6238582	464595	353657	2034685	1380624	11598	52826	988531	7531	78676	767396	85442	13021
Región Huejotzingo	108037	6067	6614	34337	26725	150	955	19062	121	1863	11128	716	299
Región de San Martin Texmelucan	270976	13520	15107	88533	73108	441	2694	46784	358	4148	24141	1453	689
Región San Pedro Cholula	398867	16763	22110	111219	87641	875	3829	71683	312	6371	67977	8935	1152
Región Atlixco	194500	12261	10661	74821	43336	406	2085	25741	355	2158	20285	1938	453
Total Región Funcional	972380	48611	54492	308910	230810	1872	9563	163270	1146	14540	123531	13042	2593
Circuito Mercantil: Población de 3 y más años por municipio y sexo según nivel de escolaridad. Porcentajes Al 15 de marzo de 2020													
Región Huejotzingo	11.1	12.5	12.1	11.1	11.6	8.0	10.0	11.7	10.6	12.8	9.0	5.5	11.5
Región de San Martin Texmelucan	27.9	27.8	27.7	28.7	31.7	23.6	28.2	28.7	31.2	28.5	19.5	11.1	26.6
Región San Pedro Cholula	41.0	34.5	40.6	36.0	38.0	46.7	40.0	43.9	27.2	43.8	55.0	68.5	44.4
Región Atlixco	20.0	25.2	19.6	24.2	18.8	21.7	21.8	15.8	31.0	14.8	16.4	14.9	17.5
Total Región Funcional	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

a/ Incluye a la población que tiene al menos un grado aprobado en bachillerato tecnológico.

b/ Incluye a la población que tiene al menos un grado aprobado en normal superior.

C/ Incluye a la población que tiene al menos un grsdo aprobado en especialidad, maestría o doctorado.

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI. Censo de Población y Vivienda. 2020

Nos llama la atención la estructura y composición de la población en cuanto a su nivel de escolaridad en el total de la región funcional. Podemos identificar un igual número de profesionistas, tanto del sexo masculino en comparación con el sexo femenino, lo cual nos da cuenta de que se ésta dejando de lado el patrón cultural donde se les asignaba a ellas fundamentalmente el papel de madres, esposas y realizadoras de labores domésticas. Estereotipos que tienden a romperse cada día más. Para el año de 2020, el volumen de mujeres con estudios superiores mostró un porcentaje importante. En efecto, en el cuadro 2.10 se muestra a la población femenina que obtuvo porcentajes de participación muy similar a los que se registraron para el caso de la población masculina. En efecto, en el año 2020 las mujeres con estudios superiores alcanzan una importante participación, lo que refleja una modificación sustantiva de la visión que se tenía en cuanto al rol que la mujer debía desempeñar en la sociedad. Para el año 2020, se aprecia que la desigualdad ha disminuido, lo cual probablemente se debe a la apertura de más oportunidades al sexo femenino para incursionar en estudios profesionales en la actualidad.

En Efecto, la percepción cultural que tenían los jefes de familia de épocas pasadas sobre los roles que cada integrante desempeñaría de acuerdo con su sexo, en el sentido de que las mujeres se vincularan con las actividades domésticas y reproductivas como única opción, y, por lo contrario, los hombres debían dedicarse a las actividades económicas para el sostenimiento familiar, hacía que en gran medida sus recursos se destinaran para la preparación educativa en favor de los varones, propiciando con ello un mayor número de estos en los centros de enseñanza superior. En los últimos años, en todos los ámbitos de la sociedad, en conjunto con los avances tecnológicos, ha determinado que los mercados operen en un ambiente de creciente competencia, lo cual ha derivado en una mayor demanda de personas cada vez con mejor preparación. En este sentido, la población con estudios de nivel superior del circuito mercantil no es ajena a esta situación, por lo cual una parte de ella se ve alentada a elevar su nivel educativo mediante la consecución de estudios posteriores a la licenciatura. Así, de la población profesionista del circuito mercantil en el año 2020, el 1.3 por ciento cursó algún grado académico en maestría o doctorado.

Cuadro 2.10.Circuito mercantil, Población de 3 y más años por región y sexo según nivel de escolaridad. Al 15 de marzo de 2020

Municipio / Sexo	Total	Sin	Educación Básica			Estudios	Educación media superior			Educación superior			No
		Escolaridad	Preescolar	Primaria	Secuandaria	Técnicos o Comerciales con primaria Terminada	Estudios Técnicos o Comerciales con secundaria Terminada	Preparatoria o bachillerato a/	Normal básica	Estudios Técnicos o Comerciales con preparatoria Terminada	Licenciatura o equivalente b/	Posgrado c/	especificado
Puebla	6238582	7.4	5.7	32.6	22.1	0.2	0.8	15.8	0.1	1.3	12.3	1.4	0.2
Hombres	2986166	6.5	6.0	32.8	22.6	0.1	0.4	16.5	0.1	1.0	12.3	1.4	0.2
Mujeres	3252416	8.3	5.4	32.4	21.7	0.3	1.3	15.2	0.2	1.5	12.3	1.3	0.2
Región Huejotzingo	108037	5.6	6.1	31.8	24.7	0.1	0.9	17.6	0.1	1.7	10.3	0.7	0.3
Hombres	52213	5.1	6.4	31.4	25.5	0.1	0.5	18.1	0.1	1.6	10.4	0.7	0.3
Mujeres	55824	6.1	5.9	32.1	24.0	0.2	1.3	17.2	0.2	1.9	10.3	0.7	0.3
Región de San Martin Texmelucan	270976	5.0	5.6	32.7	27.0	0.2	1.0	17.3	0.1	1.5	8.9	0.5	0.3
Hombres	130775	4.8	5.9	31.9	27.7	0.1	0.5	18.0	0.1	1.4	8.8	0.6	0.3
Mujeres	140201	5.2	5.3	33.4	26.3	0.2	1.5	16.6	0.2	1.7	9.0	0.5	0.2
Región San Pedro Cholula	398867	4.2	5.5	27.9	22.0	0.2	1.0	18.0	0.1	1.6	17.0	2.2	0.3
Hombres	192900	3.9	5.8	27.0	22.4	0.1	0.5	18.9	0.0	1.3	17.4	2.3	0.3
Mujeres	205967	4.5	5.3	28.7	21.6	0.3	1.4	17.1	0.1	1.8	16.7	2.2	0.3
Región Atlixco	194500	6.3	5.5	38.5	22.3	0.2	1.1	13.2	0.2	1.1	10.4	1.0	0.2
Hombres	91688	5.7	5.9	39.2	22.2	0.1	0.4	13.8	0.1	0.8	10.5	1.0	0.2
Mujeres	102812	6.8	5.1	37.8	22.3	0.3	1.7	12.7	0.2	1.4	10.4	1.0	0.3
Total Región Funcional	972380	5.0	5.6	31.8	23.7	0.2	1.0	16.8	0.1	1.5	12.7	1.3	0.3
Hombres	467576	4.6	5.9	31.3	24.2	0.1	0.5	17.6	0.1	1.3	12.9	1.4	0.3
Mujeres	504804	5.3	5.3	32.2	23.3	0.3	1.5	16.1	0.2	1.7	12.6	1.3	0.3

a/ Incluye a la población que tiene al

b/ Incluye a la población que tiene al

c/ Incluye a la población que tiene al

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI. Censo de Población y Vivienda. 2020

El nivel de escolaridad resulta ser un elemento de suma importancia para determinar de forma generalizada qué tan califica está la población, esto bajo el supuesto de que un mayor nivel de escolaridad permite acceder a empleos más especializados y mejor remunerados —siempre y cuando esas oportunidades existan en el contexto socioeconómico correspondiente— que contribuyan al bienestar de la población en el circuito mercantil. En el cuadro 2.9, que da cuenta sobre el nivel de escolaridad según sexo para el año 2020, en la región funcional se observa que el rubro de licenciatura o equivalente registró un 12.7 por ciento, según sexo podemos observar que las mujeres y los hombres obtuvieron un porcentaje de 12.6 y 12.9 por ciento respectivamente. En educación media superior destaca el rubro de la población que cuenta con preparatoria o bachillerato: el total de la región funcional obtuvo un 16.8 por ciento, mientras que, por tipo de sexo, los hombres alcanzaron un porcentaje de 17.6 por ciento, mientras que las mujeres se situaron ligeramente con un 16.1 por ciento.

La región de San Pedro Cholula ocupa el primer lugar en el circuito mercantil con el mayor número de población que cuenta con educación superior. En el renglón de licenciatura o equivalente alcanzó un 17 por ciento —las mujeres y los hombres sus porcentajes fueron de 16.7 y 17.4 por ciento respectivamente—, debido principalmente a la cercanía de dicha región con la capital del estado de Puebla, en donde se da la concentración de las actividades económicas, culturales y políticas: esto genera e incentiva una creciente demanda de personal especializado, y que a su vez propicia la ampliación de la infraestructura educativa —pública y privada—. En efecto, el prorrateo de la población con educación superior, para el año de 2020, en la región de San Pedro Cholula obtuvo una mayor participación porcentual en los rubros de posgrado 2.2 por ciento, donde hombres y mujeres registraron un porcentaje muy similar 2.3 y 2.2 respectivamente. Es importante también señalar que la población de esta región cuenta con un 18 por ciento de estudios con preparatoria o bachillerato. Resultados que nos dan cuenta de que la población de la región de San Pedro Cholula cada vez más personas acceden a niveles educativos medio superior y superior.

Le sigue en importancia la región de Huejotzingo que para los mismos renglones obtuvo los siguientes porcentajes: la población con posgrado fue de 0.7 por ciento mientras

que las mujeres y los hombres registraron el mismo porcentaje. En el renglón de licenciatura o equivalente para dicha región fue de 10.3 por ciento, respecto al género los porcentajes para las mujeres y los hombres fueron de 10.3 y 10.4 por ciento respetivamente. En cuento a la población que cuenta con preparatoria o bachillerato fue de 17.6 por ciento, en cuanto género tenemos que las mujeres registraron un 17.2 por ciento y los hombres obtuvieron un 18.1 por ciento. Resultados similares se observaron para la región de Atlixco.

Lo anterior ofrece evidencia de un mayor acceso de la población a estudios de nivel superior tanto en el ámbito regional como a nivel de los municipios. En los últimos años se ha podido observar un incremento de la oferta educativa en nuestro circuito mercantil, lo que ha permitido la ampliación de la cobertura educativa de nivel superior y, con ello, la formación de un mayor número de personas con estudios profesionales en toda nuestra región funcional.

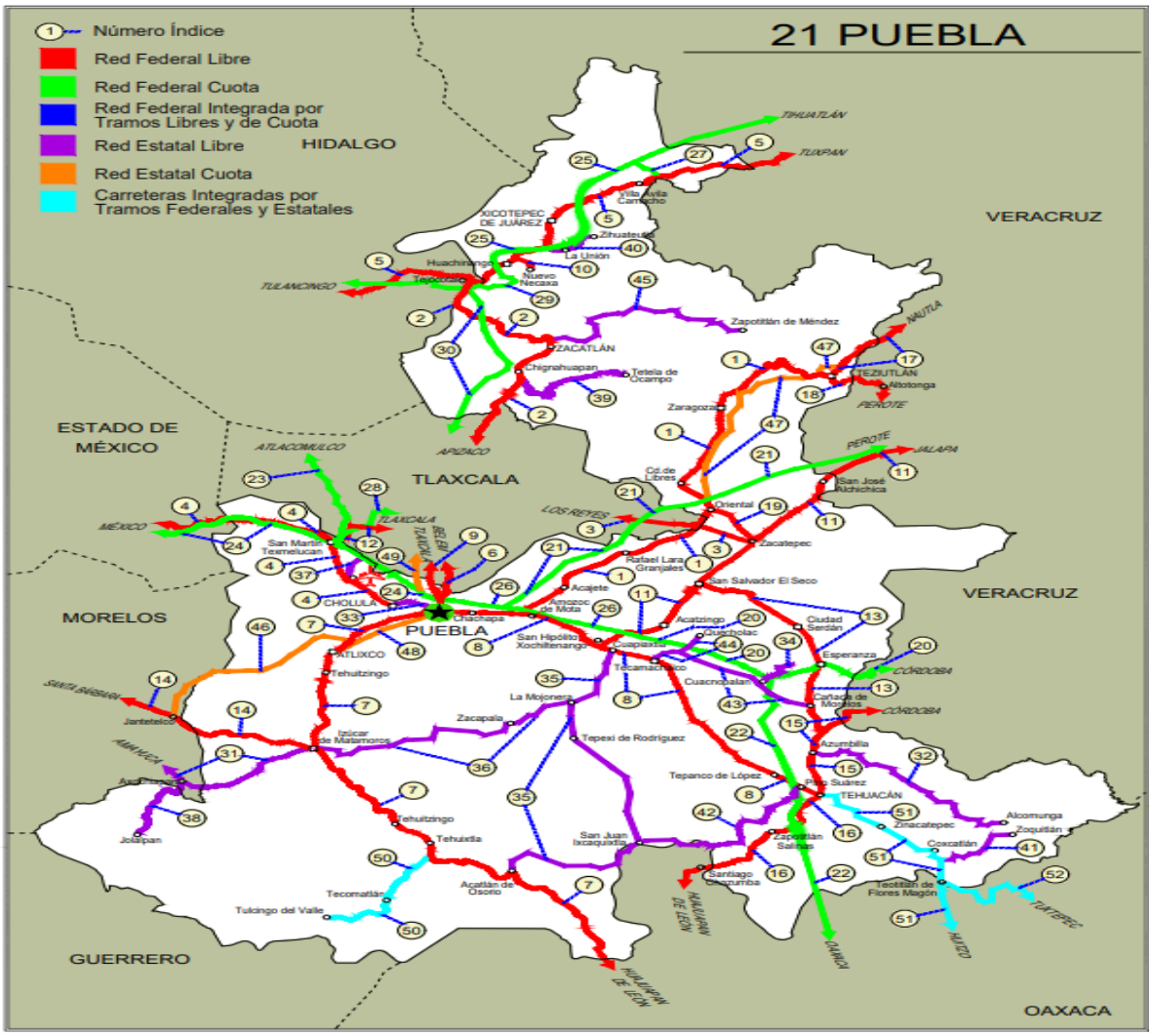
Ahora bien, la composición por sexo de la población con estudios de posgrado en el circuito mercantil para el año de 2020 muestra que 1.4 por ciento son hombres. En años recientes, en el circuito mercantil, la incorporación de población de sexo femenino a estudios de posgrado, en términos absolutos es ligeramente mayor a la de hombres. En efecto, la composición por sexo de la población con posgrado muestra para el año 2020 un volumen de varones 6, 415 contra el de mujeres que fue de 6, 627. La cercanía geográfica de nuestras cuatro regiones que componen el circuito mercantil respecto a la capital poblana, y el estrecho vínculo entre sus mercados de trabajo, bienes y servicios, determina que la mayor parte de la población con estudios superiores nativa de la región decida irse a la capital poblana.

2.4.4. Infraestructura de integración regional en el circuito mercantil.

Es a partir de finales de los años sesenta del siglo pasado que en México se empezaron a sentir cambios profundos en materia de industrialización, motivados en lo fundamental por el llamado “milagro mexicano”. Ello motivó que la infraestructura terrestre de comunicación en el país también empezara a tener importantes modificaciones a través de la puesta en marcha de políticas públicas y proyectos de la iniciativa privada con miras a impulsar las actividades industriales y de servicios a nivel nacional y estatal.

Nuestro circuito mercantil no fue ajeno a esta tendencia, ya que posee una localización geográfica que es estratégica de diferentes maneras. Su cercanía con la Ciudad de México, la capital poblana, y con el estado de Tlaxcala ha incitado el desarrollo de importantes vías de comunicación, véase la figura 2.3.

Figura 2.3. Red de carreteras en el Estado de Puebla. . 2023



Fuente: Secretaria de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes. Dirección General de Servicios Técnicos. Datos viales

En nuestro circuito mercantil uno de los elementos sustanciales presentes en la infraestructura de integración regional lo constituyó la inauguración de la autopista México-Puebla, misma que se conformó en una de las vialidades más importantes del

circuito mercantil, ya que comunica la Ciudad de México con el puerto de Veracruz. Dicha autopista fue ideada en la década de los años cincuenta, a partir de la necesidad de comunicar a los poblanos con la capital del país y con el Golfo de México. Este hecho ocasionó que los viajeros y los transportistas dejaran de utilizar la antigua carretera federal Puebla–México. La autopista México-Puebla se inauguró el 5 de mayo de 1962 como parte de la conmemoración del centenario de la gesta heroica de la Batalla de Puebla. La obra fue entregada por el entonces presidente de México, Adolfo López Mateos.

El proyecto representó un avance en la movilidad de la población, así como de mercancías, lo que detonó la llegada de modernidad en el centro del país. Este hecho fue un elemento clave para la infraestructura de comunicación que facilitó la integración regional en el altiplano central mexicano. Con la construcción de esta autopista, el circuito mercantil se ubicó dentro de una mayor integración de todo el sistema territorial y regional en la parte central del país. Este proceso de modernización promovido por la industrialización de esta parte del país influyó en aspectos tales como la distribución de la población, la diversidad y dinamismo de las actividades económicas, en la más eficiente circulación y distribución de mercancías a nivel intra y extra-circuito mercantil.

La infraestructura de transporte terrestre en el circuito mercantil lo ha configurado como un territorio donde se puede observar un fuerte acercamiento a las grandes redes de comunicación nacional. Se puede afirmar que se cuenta con una buena infraestructura de transporte, especialmente carreteras, capaces de alentar la puesta en valor de sus recursos y potencialidades de desarrollo. Algunas de ellas están relacionadas con su excelente posición geográfica, en pleno cuadrante del altiplano central del país, cercana a una de las ciudades más dinámicas del país, la Ciudad de México, con la que ha presentado, históricamente, una accesibilidad eficiente[13]. Por lo tanto, y aún a pesar de las excelentes condiciones de

[13] Debido a la accesibilidad y eficiencia de esa infraestructura de comunicación terrestre se ha detectado que el circuito mercantil se extiende por el oeste hasta la Ciudad de México. En el trabajo de campo se ha averiguado que algunos comerciantes del tianguis de la región de Huejotzingo, para complementar el circuito semanal de ventas, y de esta forma acrecentar los ingresos económicos del grupo doméstico, viajan en autobús a la Ciudad de México para vender en los tianguis del oriente de esa metrópoli, en especial el de la alcaldía Iztapalapa. Igualmente, en otra investigación realizada en el circuito mercantil, particularmente en el tianguis de la región de Atlixco, se encontró que desde ahí se abastece, hacia el sur, a las regiones de Acatlán de Osorio, en la mixteca baja poblana, y la de Huajuapan de León en la mixteca baja oaxaqueña. Esto da cuenta de la forma en que el circuito mercantil que aquí se ha estudiado se fortalece y subsiste.

localización, el circuito mercantil ha desarrollado su centralidad, con la trascendencia que este hecho ha tenido en cuestiones tales como el sostenimiento de la población y el fomento de un mayor dinamismo económico en el circuito mercantil.

Ubicándonos en la actual red de carreteras, el circuito mercantil es recorrido por tres vías de rango nacional. A escala intrarregional, la presencia de esta infraestructura de comunicación permite disponer de un alto grado de accesibilidad, muy superior al que se observa en otros puntos del circuito y, especialmente adecuada si se toma la Ciudad de México como origen o destino principal de los flujos de mercancías. Ahora bien, esta disposición de las carreteras contribuye a hacer eficientes los sentido este-oeste. Así, la mejora de las carreteras que unen los municipios del circuito mercantil constituye un importante beneficio de cara a la mejora de las comunicaciones intrarregionales.

Pero si la accesibilidad entre los municipios del circuito mercantil puede considerarse como adecuada a escala interregional, o, lo que es lo mismo, del circuito mercantil para comunicarse con el exterior, el carácter de las carreteras que lo unen con el exterior es de doble sentido —lo que ocurre con la mayoría de las vías que no son autopistas, pero que los comerciantes las prefieren porque no son de cuota—, lo que hace aumentar la densidad media del tráfico y, con ella, los tiempos de desplazamiento. En efecto, con la conclusión de dicha infraestructura de cuatro carriles y de cuota se ha contribuido a reducir el tiempo medio de desplazamiento, uniendo las ciudades de México, Puebla y el puerto de Veracruz en apenas tres horas. Adicional a ello, queremos hacer una mención especial a la situación en la que se encuentran la mayor parte de carreteras que articulan la accesibilidad de todos los municipios del sur del circuito mercantil —y que lo interconectan con las regiones de la mixteca baja poblana y oaxaqueña, como ya se mencionó— y que presentan importantes carencias en materia de seguridad, al no contar con una señalización eficiente en muchos puntos, tramos que transitan por el interior de poblaciones, sin libramientos y permitiendo el acceso a todo tipo de vehículos. Pero, aún a pesar de esto, el circuito mercantil se extiende en distintas direcciones, lo que ha ocurrido históricamente.

El desarrollo de las carreteras alimentadoras y de la red troncal del país ha dado accesibilidad a las capitales de los estados y a sus principales municipios. En este aspecto hay que resaltar que el estado de Puebla muestra los mejores indicadores de kilómetros de carreteras alimentadoras por cada 1000 km2 de superficie del territorio, en comparación, por ejemplo, con el vecino estado de Tlaxcala, básicamente en lo que se refiere a carreteras revestidas y carreteras pavimentadas de dos y cuatro carriles. Algo similar sucede con las carreteras troncales en donde está el estado de Puebla se ubica entre las mejores comunicadas.

Las conexiones que se han logrado mediante el llamado Arco Norte, que inicia en Atlacomulco, Estado de México, y que pasa por los estados de Hidalgo y Tlaxcala hasta llegar a San Martín Texmelucan, Puebla, así como la ampliación a cuatro carriles de la autopista México-Veracruz, estrecharon la relación entre el estado de Tlaxcala con los demás estados vecinos, e inclusive ha facilitado aún más la conexión hacia el sur-sureste, norte y occidente del país. Este impulso de carreteras ha permitido la vinculación a los centros de población con las vías de mayor importancia, proceso por el cual han quedado involucrados un buen número de municipios de los estados de Puebla y Tlaxcala, tanto por el lado oeste como por el lado sur, los cuales presentan intercambios intensos de recursos humanos, mercancías y servicios, ya que es fácil prever que la urbanización y conurbación se intensificó en diferentes puntos de contacto en los límites municipales entre ambas entidades y, desde luego, al interior del circuito mercantil.

No obstante, los beneficios en las vías de comunicación han traído como consecuencia el deterioro de un área considerable de terrenos agrícolas en nuestro circuito mercantil. Adicional a este proceso también hemos observado un uso intensivo de los recursos naturales, la saturación de los corredores carreteros, y un fuerte impacto del tráfico urbano en los ejes troncales. Ejemplo de ello, en el tramo de la autopista México-Puebla, que corresponde al punto de aforo del tramo de San Martin Texmelucan a la capital poblana, se ha incrementado notablemente el flujo vehicular.

Lo mismo acontece en la Vía Atlixcáyotl que corre de la capital poblana a los municipios de la región de Atlixco, vialidad que se construyó a finales de la década de los

ochenta y que ha permitido una intensificación del flujo de bienes, así como de mano de obra. Esta vía de comunicación ha permitido ahorros importantes en tiempo y un aumento en la eficiencia del transporte en su conjunto en beneficio de los habitantes de la región, aunque es usada principalmente por los recientes habitantes de la región de Atlixco, de clase media-media y media-alta, en las nuevas urbanizaciones en esa región. Los comerciantes del circuito mercantil no la usan; prefieren la antigua carretera que une la ciudad de Puebla, y las regiones del circuito mercantil con la región de Atlixco. Esta vía no es de cuota.

El paso superior vehicular "San Rafael Comac", que se localiza en el municipio de San Andrés Cholula, así como el de "Chipilo I", que se ubica en el municipio de San Gregorio Atzompa. Ambas obras —con dos carriles por sentido— forman parte de la modernización de una porción de la antigua carretera Puebla-Atlixco, que se inicia desde el Periférico Ecológico, y termina antes de llegar a la cabecera regional de Atlixco. Estos tramos benefician a los habitantes de los municipios de San Andrés Cholula, Ocoyucan, Santa Isabel Cholula, ciudad de Puebla, San Gregorio Atzompa y Atlixco. Por otra parte, con la construcción del arco oriente, que inicia en el municipio de Huejotzingo y entronca con la autopista México-Puebla, para dar continuidad al arco norte en San Martin Texmelucan, se logró interconectar al municipio de San Lorenzo Chiautzingo y a varias comunidades que se localizan a lo largo de esta nueva vía de comunicación en el circuito mercantil. (Consultado en: www.gob.mx/sct/articulos/infraestructura-en-puebla)

En general, el transporte en el circuito mercantil presenta las siguientes características: en el transporte público de pasajeros predomina el uso de unidades de baja y mediana capacidad, el transporte de carga se ve afectado por altos costos de maniobra de carga y descarga, el ferrocarril desapareció como una opción para el transporte de carga en el circuito mercantil, debido al paulatino abandono por la falta de construcción de nuevas rutas, la poca adecuación de los trazos de las vías existentes y la falta de modernización del equipo de arrastre.

Conclusiones

En el presente capítulo construimos el marco referencial que nos ayudará para analizar las estrategias de reproducción que las unidades socioeconómicas familiares aplican en los tianguis, como una de las formas en que se manifiesta el ritmo laboral de la región y el en circuito mercantil, donde la población da sustento y contenido a la dinámica del mercado de trabajo en dichos espacios.

Es así como la región funcional con su circuito mercantil tiene una dinámica propia de funcionamiento que nos permite entender el flujo constante de intercambio de mercancías y manos de obra que ahí circula a lo largo de un área de 796 km^2, con un perímetro de 129 km. En efecto, la región abarca desde San Martin Texmelucan como cabecera, con sus municipios y localidades que lo conforman, involucrando a las regiones de los Municipios de Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, también incorporando sus municipios y localidades, en los cuales observamos que prevalece la producción del sector secundario, donde se destaca la textil y manufacturas, debido a la presencia de importantes corredores industriales que ahí se llegaron a instalar desde las décadas de los años 70 y 80, pero que sin embargo destaca la dinámica del sector terciario de la economía regional, donde se acentúan con mayor importancia los emprendimientos familiares cuya actividad se ubica en los mercados y tianguis que conforman nuestro circuito mercantil.

Al abordar los indicadores socioeconómicos, se observó la dinámica del crecimiento población de la región funcional, así como el comportamiento que se dio en la Población Económicamente Activa y la Población ocupada de la región, donde lo relevante a destacar es la continua participación de la mujer en la incorporación al mercado de trabajo, situación que podemos destacar se ha venido presentando desde la década de los años ochenta, situación que coincide con las crisis económicas que se han presentado en los últimos años en la economía mexicana, que ha obligado a la mujer su incorporación laboral para apoyar el ingresos familiar. A nivel de los indicadores sobre el nivel de educación de la región funcional, observamos el continuo asenso de la población que ha tenido la oportunidad realizar estudios pos-educación básica y hasta llegar a niveles superiores, destacan en este aspecto las regiones de San Martin Texmelucan y San Pedro Cholula.

Dichos elementos que hemos destacados, entre los más importantes, nos va a dar la oportunidad de entender porque las unidades socioeconómicas familiares sostenidamente mantienen un vínculo estrecho entre sus formas de reproducción material e inmaterial en los tianguis que operan a nivel interregional e intrarregional.

CAPÍTULO III. LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR Y EL TIANGUIS: UNA FORMA DE COOPERACIÓN SOLIDARIA EN EL CIRCUITO MERCANTIL DE SAN MARTIN TEXMELUCAN, HUEJOTZINGO, SAN PEDRO CHOLULA Y ATLIXCO.

Introducción

Cuando empezamos el trabajo de campo de la presente investigación, en el tianguis de Huejotzingo, nos centramos en tratar de hallar un algoritmo que nos posibilitara encontrar el vínculo entre el tianguis y la familia. Dicha inquietud nos hizo pensar en el tianguis como el espacio social donde la familia, conformada como unidad socioeconómica y concretizada como emprendimiento familiar, en donde realizan sus actividades laborales. Esto nos remitió a pensar en la división familiar del trabajo como un proceso social donde se distribuyen las diversas actividades del trabajo en función del estatus familiar, lo que nos facilitó identificar los efectos recíprocos de la esfera laboral del tianguis sobre la vida familiar y a la inversa, creándose un vínculo indisoluble entre ambas categorías. Ese vínculo particular lo constituye la ayuda mutua como una forma de solidaridad.

Al considerar las relaciones entre la estructura y la organización de la unidad socioeconómica familiar, y las actividades de trabajo que llevan a cabo sus integrantes y que se efectúan en el tianguis, estamos pensando en individuos inmersos en dos esferas de acción paralelas: la familia y el trabajo en el tianguis. Esta idea implica realizar un análisis que integre ambas esferas de actividad: la organización de la vida familiar junto con el funcionamiento en el ámbito laboral llevado a cabo en el tianguis. Hemos observado que es en la familia, como unidad socioeconómica familiar, el lugar donde se realiza la distribución obligada de las actividades laborales, así como las de las responsabilidades en el hogar.

De manera explícita surge nuestro interés por la unidad socioeconómica familiar y sus interacciones laborales practicadas en el tianguis, entendido como el lugar donde los individuos organizan su reproducción cotidiana y generacional, y donde tiene lugar la socialización de los integrantes y el reforzamiento de los significados y motivaciones que fundamentan las actividades del grupo familiar. De tal manera que vamos a mostrar que el

tianguis es una forma de cooperación solidaria basada en formas de economía popular que lejos de generar individualismo, egoísmo, genera cooperación y reciprocidad al interior de la unidad socioeconómica familiar, bajo la forma del emprendimiento doméstico que tiene como expresión inmediata la solidaridad manifiesta en mecanismos de ayuda mutua. De esta forma, el tianguis basado en esa unidad socioeconómica satisface las necesidades de los individuos que forman esa familia, nuclear y extensa, y así mismo estimula prácticas de economía popular solidaria en las familias como unidad socioeconómica familiar. En consecuencia, estos colectivos van generando una cultura económica que se aleja de las reglas de la ganancia capitalista y se aproximan a las necesidades y valores humanos. Por lo que podemos afirmar que la economía popular solidaria se nos presenta como alternativa al modelo económico dominante neoliberal.

Dicho lo anterior nos parece que la esencia de tal fenómeno tiende a concretizarse en una dimensión temporal y espacial, por cuanto las unidades socioeconómicas familiares despliegan sus estrategias de reproducción material e inmateriales en los tianguis. Estos tianguis funcionan como formas económicas de subsistencia y, en algunos casos, como generadores de nuevas relaciones sociales, también como rasgos culturales de sociedades eminentemente populares con cierto predominio campesino que caracterizan a una economía regional en un contexto de economía nacional impactada por procesos de globalización económica y cultural. Por ello, los tianguis, entendidos como lugares de interacción social que conforman un circuito mercantil de intercambio centralizado, con un carácter regional y al mismo tiempo local, constituyen espacios económicos donde se articulan las unidades socioeconómicas familiares pertenecientes a la economía popular con la economía regional, estatal y nacional. Este circuito mercantil de tianguis es el que realmente funciona como aparato de distribución e intercambio de bienes para los sectores más desprotegidos, campesinos y sectores populares de una sociedad determinada. Pero también distribuyen cultura, costumbres, tradiciones y lazos de confianza que circulan dinámicamente en el circuito mercantil.

Por lo tanto, tenemos que el espacio socioeconómico regional se constituye en un territorio de reproducción social que permite a la familia obtener sus bienes de subsistencia, satisfechos a través del trabajo solidario familiar que se practica en el tianguis, así como

para entender el contexto social, cultural y económico de las relaciones sociales que se dan en el entramado regional como contexto de la solidaridad familiar. Por consiguiente, consideramos que el tianguis es un espacio socioeconómico y cultural en donde se da y se puede observar esa relación socioeconómica basada en la solidaridad social y económica a través de diversas prácticas solidarias.

3.1. EL TIANGUIS Y LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR

3.1.1 La Unidad Socioeconómica Familiar en los tianguis

Hemos entendido que la solidaridad está íntimamente relacionada con el trabajo que se practica en los tianguis, que se manifiesta en las labores en los emprendimientos familiares. Hemos de sostener que asociar la solidaridad con la ayuda mutua nos conduce a vislumbrar que la esfera del trabajo que se práctica en los emprendimientos familiares requiere ciertas formas de solidaridad para seguir funcionando. Este argumento nos permite sostener que la actividad de trabajar es ineludiblemente social, lo cual implica que trabajar siempre es trabajar con otros y para apoyar a otros, y debe apoyarse en algunas dimensiones normativas con una base ética, invocando normas solidarias de reciprocidad. La narrativa en el relato del trabajo en el tianguis se centra en la necesidad de los trabajadores de expresarse a través de actividades laborales que a su vez regulan esas actividades, ya que tienen a depender de la ayuda y la confianza mutua de los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares. Esto nos lleva a entender que la esfera del trabajo se impregna del debate sobre la solidaridad, lo cual nos provoca que esta noción sea relevante para la discusión de si que los procesos de trabajo deben pensarse en términos solidarios en las prácticas de las unidades socioeconómicas familiares que operan en los tianguis.

La afirmación anterior la podemos observar empíricamente a través del trabajo de campo que llevamos a cabo, donde primero se aplicó un cuestionario longitudinal a estudiantes de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo (UTH) de varias carreras, y se obtuvieron respuestas de 573 estudiantes —n= 573—, la mayoría originarios y residentes de las regiones de San Martin Texmelucan y Huejotzingo. En dicho cuestionario se pudo recuperar información acerca de las características que presenta la unidad socioeconómica familiar en el tianguis. El periodo que abarcó la aplicación de dicho cuestionario fue de

febrero de 2021 a febrero de 2022. El cuestionario arrojó información acerca de la organización del trabajo, de cómo se diseñan diversas estrategias familiares, de cómo al interior de la familia se incorporan relaciones solidarias de apoyo, de ayuda mutua en el seno de la unidad socioeconómica familiar, esto en cuanto a las diversas actividades que se realizan en el emprendimiento familiar. El cuestionario también proporcionó información respecto al funcionamiento del negocio familiar, cómo se construye la solidaridad operando como ayuda mutua en el emprendimiento familiar, es decir, sobre un conjunto de estrategias familiares que nos arrojan luz sobre las características de la unidad socioeconómica familiar.

La información que arrojó el cuestionario nos indica que, de los 578 estudiantes encuestados, 139 manifestaron tener alguna conexión con los tianguis de las regiones de San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, de los cuales 118 estudiantes dijeron que tienen familiares en el tianguis, ya sea porque trabajan en algún puesto o en algún local. En más información que arroja el cuestionario longitudinal aplicado a estudiantes de la UTH se puede observar el perfil de las unidades socioeconómicas familiares, cómo al interior de estas unidades se da la incorporación de los integrantes de la familia a las diversas actividades en el emprendimiento familiar, lo cual nos permite afirmar que la familia es fundamental en ciertas formas de la división social del trabajo al hacer de esta una actividad con un alto contenido de elementos solidarios que se expresan en la ayuda mutua y la reciprocidad. El cuestionario nos arroja información sobre el perfil del propio estudiante respecto a la ayuda que ejerce dentro de la unidad socioeconómica familiar, en el sentido de cómo participa en las diversas actividades económicas que se practican en el emprendimiento familiar y cómo colabora en algunas actividades estratégicas dentro de la unidad familiar. De esta manera, logramos tener una imagen cercana de la unidad socioeconómica familiar, reconstruida desde la perspectiva de uno de sus integrantes.

Por medio del cuestionario que se aplicó se pudo dimensionar que la ayuda que se practica, como una relación de solidaridad en las unidades socioeconómicas familiares que se ubican trabajando en los tianguis, suelen vivir inmersos en un sistema de interacción social que forma la base de su vida colectiva mediante la cual se vinculan las personas, los

grupos domésticos, en sus niveles vinculatorios intrafamiliar e interfamiliar. De esa manera que produce una dinámica social al interior de las unidades socioeconómicas familiares provocando un activo intercambio de ayuda mutua entre los integrantes que se transfiere mediante la asignación, que de manera recíproca se recibe en forma de trabajo cuyo contenido subjetivo está lleno de afecto y sentimientos, con una vocación llena de contenido solidario al interior de la unidad doméstica.

En efecto, la ayuda que se da entre los integrantes de las unidades socioeconómicas domésticas, que se materializa como la base de la unión de lazos de interacción social, se da y se solicita de manera permanente mediante actos protocolarios complejos que con frecuencia consisten en hacer el favor y cumplir una serie de compromisos por parte de quien los recibe. Desde esta perspectiva, la ayuda manifiesta en la unidad socioeconómica familiar puede ser percibida como un tipo de *don* (Mauss, 2009) inscrito en un sistema de relaciones económicas permeadas por un contenido de reciprocidad que, bajo su propia lógica de funcionamiento, se explica por su propia racionalidad. La ayuda que se proporciona en el emprendimiento familiar, basándonos en los resultados obtenidos del cuestionario, nos arrojó luz sobre la ayuda que se practica en el tianguis y en el negocio familiar. Encontramos que la madre del estudiante que respondió el cuestionario es la que participa en mayor medida en las actividades que se realizan en el tianguis, ya que son ellas las encargadas de hacer funcionar el negocio, tal y como se puede observar en el cuadro 3.1. En segundo término, se encuentran los padres del estudiante que, a lo largo de la semana, son los que van a ayudar en el negocio del tianguis. En tercer plano se encuentra el resto de la familia: los hermanos, el tío, la tía y los primos.

Cuadro 3.1. Estudiantes que manifestaron tener algún familiar trabajando en el tianguis y que suelen ayudar. n=118

	Papá	Mamá	Hermano	Hermana	Tío	Tía	Primo	Prima
Todos los días	18	15	7	4	5	4	1	0
3 veces a la semana	6	10	3	4	6	7	4	1
1 vez a la semana	13	18	11	8	14	8	9	9
No, nunca	81	75	97	102	93	99	104	108

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. N= 578. Periodo de aplicación febrero de 2022.

Esta conducta de ayuda mutua por parte de los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares puede inscribirse en la generación de un estado subjetivo activo para comprender las motivaciones que llevan a ayudar (Velázquez, 2013), es decir, participar de los distintos sistemas de intercambio que constituyen las diferentes redes sociales a las cuales una persona puede pertenecer y que son la base social en torno a quienes participan en el tianguis, en el cual apoyan el sustento de su vida material. En este contexto, la ayuda puede enmarcarse en un tipo de don que se entrega de manera individual o colectiva, en un acto voluntario que puede o no haberse solicitado. Aquellas o aquellos que lo reciben, y que implica interacciones entre personas y grupos familiares, por lo que también contiene una normatividad ética y un componente de obligatoriedad (Velázquez, 2013)

En el caso de las unidades socioeconómicas familiares, con quienes hemos trabajado, la motivación para ayudar recae en los jefes de la familia que encabezan cada unidad socioeconómica. Su papel consiste en destacar la imperiosa necesidad de resaltar el apoyo en las actividades que se realizan en la unidad familiar conformada como emprendimiento, de tal manera que se propicie la conciencia de la interdependencia al valorar la ayuda que ha sido entregada por los demás hacia uno como expresión de su afecto. Al mismo tiempo se buscar crear conciencia sobre la capacidad propia para concordar la ayuda otorgada como manifestación de afecto y de valoración social. Tal y como se muestra en el cuadro 3.2, los encuestados manifestaron realizar una determinada actividad en apoyo a la familia y al emprendimiento familiar.

Cuadro 3.2. Estudiantes que manifestaron tener algún negocio familiar en el tianguis y la frecuencia con la que ayudan los integrantes de la Unidad Socioeconómica Familiar. N=27.

	Papá	Mamá	Hermano	Hermana	Abuelo paterno	Abuela paterno	Abuelo materno	Abuela materna	Tío	Tía	Primo	Prima
Todos los días	11	14	6	4	0	0	1	0	0	0	0	0
3 veces a la semana	2	4	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0
1 vez a la semana	5	3	7	1	0	0	0	0	1	1	0	1
No, nunca	9	6	12	21	27	27	26	27	25	26	26	26

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. N=578. Periodo de aplicación febrero de 2021 a febrero de 2022.

De aquí podemos comprender la labor capital que pone en juego el funcionamiento del sistema de ayuda al interior de la unidad socioeconómica familiar, que consiste en la generación de una subjetividad que se materializa en forma de voluntad de ayudar por parte de los integrantes de la unidad familiar.

Vemos cómo los integrantes del núcleo familiar, los papás, los hijos, están integrados a su grupo familiar nuclear. Los jefes de la familia estimulan la conciencia de los hijos para participar en las actividades del colectivo asumiendo responsabilidades y derechos como miembros activos desde muy pequeños. Esto nos conduce a plantear que las labores hacia la familia son su primera responsabilidad, seguida por el compromiso de estudiar, siempre y cuando exista el gusto personal, y las posibilidades económicas para realizarlos, según lo podemos deducir del cuestionario que se aplicó cuyo resultado queda de manifiesto en el cuadro 3.3. En dicho cuadro podemos observar que con cierta regularidad el grupo familiar tiende a estimular la conciencia de los hijos para realizar ciertas actividades en el negocio.

Cuadro 3.3.Frecuencia con la que la familia estimula la conciencia de los hijos para participar en las actividades del negocio. n= 53

	Siempre, Casi siempre	Con freecuencia	A veces	Nunca, casi nunca	No
Con frecuencia tus familiares te:					
-enseñan a hecer lass actividades del negocio tranquilo y de manera adecuada	26	13	8	4	2
-permiten en el negocio que tomes un descanso cuando estas cansado	28	9	10	1	5
-enseñan como relacionarte con compañeros de otros negocios	26	12	6	2	7
-piden que sigas las instrucciones que se te ordenan en el negocio	31	9	6	1	6
-sugieren actividades positivas para hacer las diversas actividades en el negocio	34	7	3	2	7
-motivan para que termines tus actividades completamente en el negocio	36	6	3	0	6
-motivan para que trabajes duro en el negocio	35	5	6	1	6
-motivan para que hables con los integrantes del negocio cuando tienes preguntas	31	5	5	5	7
-motivan para que hagas preguntas cuando no entiendes algunas actividades en el negocio	36	5	4	2	6

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. N= 578. Periodo de aplicación febrero de 2021 a febrero de 2022

Con mucha frecuencia los alcances académicos, en cualquiera de sus niveles, no son vistos por los integrantes de las unidades socioeconómicas como expresión de superación personal individual, sino como el resultado de un esfuerzo colectivo. Dicho logro académico ha significado un sacrificio para el conjunto de los integrantes del grupo familiar, ya que los estudios realizados, por uno o varios miembros del colectivo, han representado la participación del grupo familiar aportando dinero para los útiles escolares, uniformes, pasajes para el traslado a la escuela o universidad, y otros gastos que se derivan del proceso de formación educativa. Con frecuencia, los hijos en proceso de formación profesional son descargados del trabajo en el hogar o en el emprendimiento familiar, dado que han decidido estudiar, por lo que su principal responsabilidad ha de ser culminar sus estudios, para que en el corto plazo continúen ayudando al emprendimiento familiar. En el cuadro 3.4 presentamos los resultados de las familias que tienen un emprendimiento familiar y que apoyan económicamente a sus hijos, nieto o sobrino, para la realización de sus estudios universitarios.

Cuadro 3.4. Familiares que apoyan económicamente a sus hijos para realizar estudios en la Universidad Tecnológica de Huejotzingo y que tienen un negocio familiar. n=53

	Si Apoya	No Apoya
Papá	41	12
Mamá	35	18
Hermano	4	49
Hernama	7	46
Abuelo paterno	1	52
Abuela paterna	1	52
Abuelo materne	1	52
Abuelo materna	2	52
Tío	3	50
Tía	1	52

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

N=578. Periodo de aplicación febrero de 2021 a febrero de 2022

En repetidas ocasiones, cuando un integrante del núcleo familiar es enviado a cursar una carrera corta, ya sea una técnica, bachillerato, o una carrera larga, licenciatura, ingeniería, medicina, biología, entre otras, esto implica una mayor participación directa de los integrantes de la familia, los hermanos mayores, el jefe de la familia, aportando trabajo adicional al emprendimiento familiar, con el fin de reemplazar el trabajo que aportaba el ausente al grupo. También los abuelos, tíos, contribuyen con dinero o, en ocasiones, aportando ropa, alimentos, vivienda, útiles escolares, etcétera. Todo esto se lleva a cabo siempre con la idea de que una vez siendo profesionista, médico, abogado, etcétera, habrá una respuesta recíproca por parte del profesionista para apoyar a la unidad socioeconómica familiar. Esta conducta también se observa al iniciar otro emprendimiento por parte de uno de los integrantes de la unidad familiar, generalmente porque algún hijo decidió casarse. Si alguno de los integrantes de la unidad familiar decide no estudiar, entonces también se le ayuda.

Esto nos indica que la concepción del trabajo entre los integrantes de la unidad socioeconómica familiar, bajo su forma de ayuda mutua, es aquella que conlleva el aspecto emotivo y valorativo, dice Velázquez (2012), el amor y el respeto. Esto se constituye en el

eje fundamental que genera y mantiene las relaciones sociales, y que a la vez las hace visibles y empíricamente observables. Tal como queda evidenciado por el cuestionario que se aplicó, y que nos muestra la frecuencia con la que la familia estimula la conciencia de los hijos para participar en las diversas actividades del negocio o emprendimiento, conducta que se manifiesta en el cuadro 3.3, donde se puede observar la manera en que la familia se da a la tarea de estimular la conciencia de los hijos para participar en las actividades del emprendimiento familiar a través de provocar la armonía y la responsabilidad entre los integrantes del grupo familiar, todo ello en un marco cultural que posee la familia para desarrollar sus distintas habilidades para el trabajo.

Good (2008), citado en Velázquez (2012), nos comenta que una persona se define por el trabajo que realiza, por cómo trabaja, en qué trabaja, y lo que produce. Su ser se expresa y se conoce por todas sus acciones, y por los frutos de su trabajo en un sentido amplio. En este contexto cultural, el trabajo mismo y los beneficios del trabajo se socializan —siempre se comparten con otros— y a la vez que da cada persona también recibe los beneficios de los esfuerzos de los demás. Una persona no puede trabajar sola, para sí misma, sino que siempre está inmersa en intercambios recíprocos de dar y recibir trabajo desde que nace hasta que muere. La vida de una persona, y su identidad social, se construyen en este contexto de trabajo que realiza, comparte y recibe con otros seres humanos. (Good, 2008, citado en Velázquez, 2012)

El derecho básico de los integrantes de esta unidad, para participar en el colectivo, se refiere a ser sujetos de ayuda, esto por pertenecer al grupo familiar. Es de entenderse que sus pares, los demás integrantes del grupo familiar, asumen la responsabilidad de ayudar a la sobrevivencia de los integrantes, lo cual implica que la principal obligación de la unidad socioeconómica es proporcionar ayuda y generar las condiciones para que esto sea posible. En este sentido, lo que caracteriza a la unidad socioeconómica familiar es que todos los miembros realizan actividades en conjunto, producen, desempeñan sus obligaciones, aportando esfuerzo materializado en trabajo que se incorpora al emprendimiento familiar.

Esto nos lleva a entender a la ayuda mutua que se facilita en las unidades socioeconómicas como una figura de don que se inscribe en un sistema de resiliencia entendida como una forma económica de intercambios entre puntos correlativos de

agrupaciones simétricas. Desde luego que pasa a ser una figura diferente a la planteada por la idea mercantil del capitalismo, dotada con un contenido de racionalidad que se entiende bajo su propia lógica interna. Como señala Godelier, citado en Velázquez (2012), el donar instituye una relación simétrica entre el que dona y el que recibe. Una relación de solidaridad, ya que el donante comparte lo que tiene, o lo que es, con aquel al que dona, y una relación de superioridad, ya que el que recibe el don y lo acepta contrae una deuda de solidaridad con aquel que se lo ha donado.

3.1.2. Estructura de la Unidad Socioeconómica Familiar de los tianguis: familia nuclear y extensa

Debemos partir de la idea de que la base de la organización social de la unidad socioeconómica familiar es la propia familia, nuclear o extensa. La familia nuclear está conformada por el grupo de padres e hijos que cohabitan un mismo hogar, —primera generación—, la familia extensa está formada por los integrantes de consanguinidad —donde se incluye los primos, los tíos, los abuelos, etcétera—, lo que conduce a que se formen familias por consanguinidad, por afinidad —con vínculos matrimoniales o unión marital no formalizada—, o por lazos civiles —fundada en los códigos correspondientes—. A través de la observación participante que realizamos como parte del trabajo de campo, podemos afirmar que la mayor parte de las unidades socioeconómicas observadas en el tianguis se encuentra integradas por familias extensas. Sin embargo, algunas condiciones exógenas, como la migración interna o internacional, y la individualización de las actividades económicas, son elementos que tienden a favorecer el predominio de la familia nuclear. La presencia de integrantes provoca que el conjunto de individuos se una y se organicen para satisfacer sus necesidades materiales e inmateriales básicas. Por lo que en su mayor parte los integrantes de la familia colaboran en las labores del emprendimiento familiar en el tianguis, así como también se nota su disposición en ayudar en las tareas domésticas de reproducción. Dicho comportamiento se puede observar en el cuadro 3.5 donde los encuestados manifestaron ayudar en el hogar, centrada dicha ayuda en la limpieza y el orden en casa.

Cuadro 3.5. La ayuda en el hogar. n=53

	Si	No
Limpieza y orden en casa	44	9
Cuidar los animales	11	42
Echallar tortillas y preparar comida	12	41
Cuidar a tus hermanos más chicos	13	40
Campo	5	48
Comercio	21	32
Vender en el tianguis	18	35

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo.

N=578. Periodo de aplicación febrero de 2021 a febrero de 2022

En efecto, observamos en la estructura de las unidades socioeconómicas familiares que las tareas de las familias nuclear y extensa consiste en compartir las funciones domésticas, las cuales pueden incluir aspectos de economía como apoyos monetarios y de socialización donde se procura la elaboración de alimentos, el cuidado de los infantes, cooperación en los compromisos religiosos o de tipo social, tales como compadrazgos en bautizos, primea comunión, matrimonios, etcétera, así como de ayuda mutua en numerosos detalles de la vida diaria.

En muchos casos el ingreso familiar que generan las unidades socioeconómicas familiares es complementado con otras fuentes como el trabajo asalariado, en talleres de costura artesanal, ingresos provenientes del extranjero, etcétera. En nuestra región de estudio, los hombres se dedican al trabajo asalariado desempeñándose como jornaleros, albañiles y obreros, y se percibe una menor participación en el trabajo agrícola. Por su parte las mujeres constituyen la base de la reproducción y mantenimiento del grupo familiar. Ellas se ocupan del cuidado de los infantes, así como de todas las actividades del hogar. Aunque el grupo familiar manifiesta colaborar en esas tareas de reproducción, también habría que destacar la participan de las mujeres en ciertas actividades agrícolas. En los años recientes es notable su incorporación en actividades de trabajo asalariado. Los niños pasan a ser una fuente importante del sostenimiento familiar y son incorporados de manera ocasional a las actividades agrícolas si es el caso, así como a las tareas del hogar, también

forman parte de algunas actividades en el emprendimiento familiar en el tianguis desde tempranas edades.

A través de la observación en campo hemos identificado que en el tianguis existe la unidad socioeconómica familiar como la unidad de solidaridad, la cual está configurada como la familia nuclear, compuesta por el padre, la madre y los hijos, la cual que se constituye como familia extensa en cuanto grupo de descendencia de tres generaciones, que se compone de los abuelos, los padres y los nietos. Esta unidad socioeconómica familiar la entendemos como una categoría que pasa a trastocar lo cultural lo que implica una serie de normas que hacen referencia a las conductas entre parientes, consanguíneos o por afinidad, dando un significado peculiar al comportamiento social que está relacionado con la solidaridad en cuanto a sus aspectos laborales y sociales. Dicha conducta está estructurada en base a continuos actos de intercambio reflejados en un pensamiento que comprende, entre otras cosas, un conjunto de valores y visiones del mundo que hacen referencia a la solidaridad en el grupo familiar, y que tienden a materializase en la vida laboral que se practica en los emprendimientos familiares que operan en los tianguis del circuito mercantil en estudio.

La cultura que observamos en las unidades socioeconómicas familiares del tianguis tiende a cambiar muy lentamente a través del tiempo. Los aspectos materiales del entorno social, los objetos materiales de intercambio, tienden a cambiar rápidamente dado que estos dependen de los cambios económicos y tecnológicos en marcha. Así que la cultura que percibimos en la unidad socioeconómica que trabaja en el tianguis representa un código básico que nos hace comprender a sus integrantes. Encontramos que la familia extensa se conforma como una estructura cultural debido a que tiende a su reproducción y a mantenerse al paso del tiempo y del espacio. La manifestación física de la familia extensa tiende a variar de acuerdo con ciertos acomodos domésticos de clase y de la familia misma, de la misma manera en función de la evolución de la unidad socioeconómica familiar a través del tiempo. En el tianguis encontramos a la familia extensa conformada como unidad socioeconómica basada en el predominio de la línea paterna, en la cual la familia nuclear ocupa un lugar particular. La mujer cuando se casa va generalmente a vivir a la casa del esposo. Cada familia extensa forma también una unidad socioeconómica familiar social y

cultural, de tal manera que entre sus integrantes se da ayuda y solidaridad que se pone de manifiesto en el emprendimiento familiar del tianguis.

Sabemos, gracias a nuestras observaciones, que la familia extensa, como unidad socioeconómica familiar en el tianguis, incluye a las familias nucleares de ambos cónyuges. Cada gran familia se compone por una pareja sus hijos y sus nietos. Después de la muerte de los abuelos cada integrante de la siguiente generación se convierte a su vez, en cabeza de otra gran familia, de tal manera que dicho proceso se repite a través del tiempo. Un dato interesante que destacar sería que las relaciones de solidaridad entre padres e hijos no se alteran drásticamente con el matrimonio de los segundos. Por el contrario, las expectativas de ayuda mutua y la solidaridad permanecen y, en muchas ocasiones, se incrementan. En efecto, cada integrante de la familia extensa realiza esfuerzos por adaptar sus circunstancias económicas y sociales a la expectativa de su familia extensa, a cambio espera recibir un apoyo reciproco. De tal manera que las obligaciones elementales entre los miembros de la familia extensa incluyen apoyo económico, reconocimiento social, y participación en eventos de tipo religiosos. Esta observación nos permite reconocer un proceso de socialización en el seno de la familia extensa involucrada en los tianguis.

Las familias extensas, en unidades socioeconómicas familiares, se conforman de tres generaciones: abuelos, hijos y nietos. Los primos-hermanos se articulan continuamente y se desarrollan como si fueran hermanos. Algunas funciones domésticas son compartidas entre los parientes, con especial énfasis en las de tipo religiosos, donde se asume la responsabilidad de la mayordomía o el cargo de presidente o tesorero de alguna comisión religiosa. En una pareja, ambos cónyuges conservan las ligas con sus propias familias de orientación y ambos esperan que su propia familia de procreación se adhiera a la suya de orientación o sea a la familia extensa.

Hemos observado también que, en nuestra región funcional, la familia nuclear y extensa que tienen un emprendimiento familiar en el tianguis, suelen tener una preferencia cultural por la patrilocalidad —cuando una pareja de recién casados vive cerca o cerca de la familia del esposo—, al mismo tiempo que se manifiesta el ideal de vivir rodeado de los hijos e hijas casados y los nietos. Esta conducta, en una etapa posterior del ciclo vital de la familia nuclear y extensa, nos explica la propia naturaleza de las tres generaciones en el

ideal de la unidad de solidaridad de parentesco, que a la postre se refleja en las prácticas que se realizan en el tianguis. Este patrón de organización familiar es esencialmente válido para todas las familias. Sin embargo, consideramos que para las unidades socioeconómicas familiares tiene una connotación especial. En efecto, podemos afirmar que la unidad socioeconómica familiar, en cuanto familia nuclear y extensa, es un grupo solidario de tres generaciones que consiste en una pareja de abuelos con sus hijos y nietos. Las condiciones económicas tan severas hacen que la solidaridad requiera de la cercanía física de los integrantes de dichos grupos familiares.

Es interesante destacar que en la región en estudio observamos que se dan diversas formas de unidades socioeconómicas familiares, en cuanto a sus arreglos familiares se refiere. En ciertos casos los hijos casados viven con la familia nuclear compartiendo el mismo predio, aunque no todo el presupuesto, las hijas casadas vienen a vivir con los suegros y cuñados, en otras encontramos que únicamente el hijo menor vive en la casa paterna, o que la mamá vive con sus dos hijos en casa de sus padres, etcétera. Al interior de esta estructura organizacional de vida familiar, los arreglos de ayuda mutua económica suelen ser bastante variados. Los hombres se encargan de atender la unidad socioeconómica familiar, las mujeres adultas se encargan de los alimentos y los niños, así como de los adultos mayores, las esposas jóvenes se encargan en su mayor parte de atender el emprendimiento familiar en el tianguis. De esta manera nos encontrarnos con una diversidad en la conformación de la estructura familiar, donde lo importante a destacar es que se suele, por regla general, compartir el patrimonio que se ha venido acumulando a lo largo de los años.

Con datos proporcionados por funcionarios del Ayuntamiento de Huejotzingo 2021-2024, podemos afirmar que los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares, que están en los tianguis de la región funcional, representan un segmento de la población que no ha sido incorporada o integrada al empleo formal, es decir al sector manufacturero o moderno de la economía, ni al sector gubernamental, por lo que carecen de seguridad laboral y de escasa remuneración. Tampoco cuentan con acceso a servicios de seguridad social, aunque sí son beneficiados con programas sociales gubernamentales, tales como Pensión para el Bienestar de las Personas Adultas Mayores, Sembrando Vida, Jóvenes

Construyendo el Futuro, entre otros. Adicional a ello, encontramos que sus oficios varían entre los trabajos manuales en la industria de la construcción, son artesanos y tienden a ocuparse en pequeños talleres familiares o, en su tiempo libre, a trabajos domésticos.

En nuestra región funcional la mayoría de las familias nucleares viven en situación de familias extensas, las cuales con frecuencia se incorporan a redes de reciprocidad con otras unidades familiares. Sin embargo, cada familia tiene su propia economía. Aun así, su solidaridad se expresa a través de un intenso intercambio recíproco, lo que incluye múltiples funciones socioeconómicas. Existen claras señales que las unidades socioeconómicas permiten intercambiar una base de seguridad que se funda en la cooperación entre parientes cercanos, con cierta autonomía y vida privada para las familias nucleares.

La interacción social en la familia tianguista sucede dentro y a través de una red de asistencia recíproca laboral. Esta es una red de supervivencia y como tal sus miembros se reclutan entre los parientes disponibles para ser incorporados al emprendimiento familiar. Sin embargo, estas redes de solidaridad no son ni mucho menos igualitarias, sino más bien podríamos decir que hay niveles en ellas, las cuales se expresan en la intensidad, frecuencia y generalización de las actividades labores que se desarrollan en el negocio familiar. Hemos encontrado que la familia extensa de tres generaciones es el polo de mayor solidaridad. En efecto, las unidades socioeconómicas con familias extensas de tres generaciones, precedidas por una figura paterna, por lo general la madre, son la que mejor comparten gastos y funciones domésticas, mientras que en los casos en donde no había ninguna figura paterna, la unidad socioeconómica es de responsabilidad solidaria limitada, donde se sigue dando un fuerte intercambio, pero en donde cada familia lleva su propio gasto. De esta manera podemos afirmar que la solidaridad es una función de la distancia social, económica y de confianza, que es una medida psicosocial que mide la buena voluntad de dos actores para establecer una relación fraternal recíproca.

Adicional a esto último tenemos que la expectativa de solidaridad entre los miembros de una familia extensa se prolonga en el tiempo. Ello que significa que mientras vivan los padres, considerados los líderes del grupo familiar y el emprendimiento, los lazos de confianza y reciprocidad en la familia extensa perduran. Usualmente cuando esos líderes

llegan a faltar, las lealtades de sus integrantes se dirigen a las propias familias integradas de tres generaciones. Esto no significa que no persista la confianza, la unión y la solidaridad entre los hermanos y otros integrantes del grupo doméstico. Lo que ocurre es que simplemente las preferencias de lealtad y solidaridad van cambiando de foco y objetivo con el correr de los años y el cambio del ciclo de vida de las personas y las familias. A la muerte de la cabeza de familia, cada hijo forma su propia familia de tres generaciones con diferencias económicas entre las mimas. Después de dos o tres generaciones, cada rama ha desarrollado su propio estilo y tradiciones. Cada familia se reúne por lo menos una vez a la semana en la casa paterna y, durante estas reuniones, se da un rico intercambio de información y los menores son educados en los valores y las tradiciones familiares. Esto reafirma los lazos de confianza y solidaridad afianzándolos en el terreno de lo axiológico.

Podemos concluir que en las familias nuclear y extensa que trabajan en el tianguis, sus expectativas de solidaridad se manifiestan en el apoyo económico compartiendo alimentos y vestido, préstamos de dinero, cuidado de los niños, mientras los padres trabajan, y en el apoyo moral que incluye el cuidado de los ancianos, enfermos, y en la participación en actividades socio-religiosas. Cuando se da la solidaridad con otra unidad socioeconómica familiar, se ritualiza a través del compadrazgo, el cual se manifiesta como un mecanismo para institucionalizar, entre no parientes, el comportamiento solidario esperado entre parientes de cada familia que se integra por esta vía.

3.1.3. La Unidad Socioeconómica Familiar como trabajadores del tianguis

Hemos distinguido los siguientes rasgos presentes en las unidades socioeconómicas familiares que se ponen de manifiesto cuando cada uno de sus integrantes actúan en las actividades laborales que se practican en los tianguis, a través de los emprendimientos familiares: 1) Plena identidad consciente con el grupo a través de lazos de consanguinidad; 2) Se muestra un interés colectivo por alcanzar el bienestar de la unidad socioeconómica familiar; 3) Presencia de valores y creencias que se comparten mutuamente; y 4) Plena disposición para ayudar moralmente a los integrantes de la unidad. Es por ello que la identificación con la unidad, y el sentimiento propio de que el bienestar de la unidad es parte de cada miembro, pasan a ser el motivo capital y constituye la lógica central de la solidaridad en cada unidad socioeconómica familiar.

Estos elementos distintivos, contenidos en el seno de la unidad socioeconómica, funcionan como un engranaje social que propicia la reproducción de dichas unidades. De tal manera que la solidaridad que se práctica en la unidad socioeconómica familiar se basa, en gran medida, en la compatibilidad, la uniformidad con los integrantes, los valores y creencias que son compartidas y que se basan en comunicar historias comunes que se viven en los tianguis. La máxima disponibilidad que se muestra para ayudar a los integrantes de la unidad socioeconómica familiar ante las adversidades resulta ser esencial, lo cual nos indica que la solidaridad no es consecuencia de mero sentimiento pasivo, sino que también implica la inclusión de prácticas y disposiciones para actuar en pro del bienestar de la unidad socioeconómica.

La solidaridad que encontramos en los tianguis puede ser vista como fenómeno a nivel micro individual, aunque también en el meso-relacional. En efecto, la solidaridad en ese medio socioeconómico que conocemos como tianguis puede ser conceptualizada como un comportamiento en pro de la sociedad en diferentes situaciones, tales como la ayuda mutua que provoca apoyos en estados de necesidad, manifestándose en aspectos de equidad en la distribución de bienes materiales, de manera que en tal circunstancia impide fallas en el cumplimiento de situaciones que den plena confianza. Desde luego que todo comportamiento solidario conduce a provocar o requerir un sacrificio, lo que puede tener implicaciones en beneficio de otro individuo, o del conjunto de la unidad socioeconómica familiar. Pero, qué provoca esta actitud que hace que los integrantes de la unidad socioeconómica actúen de una manera solidaria, en contraste con las formas de pensamiento mercantilista que busca formas de obtener el máximo de ganancias. La solidaridad necesita ser apoyada por factores que permitan la presencia de un contexto solidario, por lo que es necesario enfatizar la presencia de valores y normas, que nos permitan explicar por qué las personas querrían actuar de una manera solidaria.

Por otro lado, las teorías de la elección racional que postula la economía clásica (Vidal, 2008), según la cual un individuo siempre actúa de acuerdo con sus intereses, no puede dar explicación del porqué los individuos en muchas ocasiones asumen un comportamiento solidario. La presencia de conductas solidarias por parte de los integrantes de la unidad socioeconómica familiar proviene especialmente de conductas individuales.

Por ejemplo, cuando un integrante de la unidad socioeconómica pide prestado dinero se percibe una situación que se puede enmarcar en la categoría de ayudar a un integrante de la familia en necesidad, en lugar de experimentar la pérdida de dinero que se asume como un costo. Ayudar a un integrante de la unidad doméstica es de suma importancia. Por eso se presenta el comportamiento altruista y solidario. El desafío de promover la solidaridad se encuentra en ayudar en el marco de la solidaridad que consiste en un marco interpretativo donde se destaca el trabajo. En este sentido, la presión social o las costumbres formales de tipo axiológico también pueden conducir a un marco solidario.

El trabajo de campo realizado nos aportó luz sobre elementos de la actitud antes señalada. Aunque reconocemos que esta actitud no es suficientemente un indicador para provocar la solidaridad en la unidad socioeconómica familiar, puesto que reconocemos que la ayuda mutua propicia actuar en pro de la solidaridad, dado que se requiere la presencia de actitudes o emociones como el sentido de pertenencia, así como la preocupación por el bienestar de los demás integrantes de la unidad socioeconómica. De tal manera que el compromiso asumido por los integrantes con las normas que se comparten de manera colectiva, tales como la valoración social que se da a los vínculos emocionales que dan identidad a la unidad socioeconómica. Esta actitud de motivación para aportar ayuda mutua a la unidad socioeconómica nos provoca plantear que la solidaridad necesariamente debe combinar elementos individuales que tienden a entenderse con un cierto grado atenuado de egoísmo, aunque a su vez su lado opuesto presenta elementos que contienen un sentimiento tendiente al altruismo. Dicha conducta de motivación observada en la unidad socioeconómica familiar puede verse como una forma de contribuir a la misma unidad basada directamente en una intencionalidad colectiva. Esa evidencia empírica, mostrada por la unidad socioeconómica familiar, nos permite ver que los motivos emocionales manifiestos en las prácticas de los integrantes de la unidad socioeconómica están permeados con elementos especialmente solidarios.

En efecto, una práctica la podemos identificar como solidaria cuando un integrante de la unidad doméstica manifiesta un conjunto de sentimientos de ayuda mutua que se expresan con un contenido implícito de simpatía y de pertenencia a la unidad socioeconómica familiar que provoca especialmente sentimientos por la reciprocidad, por

lo que se considera a dicho acto como un caso propio de ayuda mutua en un momento determinado de tensión. Se considera dicha tensión como un problema moral, de injusticia, y una fuente de obligación moral, lo que provoca que los integrantes de la unidad socioeconómica estén obligados a actuar para provocar ayuda mutua. Así mismo, este hecho debe provocar que el que recibe la ayuda se vea motivado a evaluar que la tensión la deba de asumir como una responsabilidad para provocar la reciprocidad. Esto implica que el receptor de la ayuda se vea motivado para aliviar en principio su propia tensión para que posteriormente trasmita la motivación para continuar provocando la ayuda mutua hacia el conjunto de la unidad socioeconómica, de manera activa para apoyar otros actos y tipos de situaciones, además de ayudar en caso de necesidad.

3.2. EL CIRCUITO MERCANTIL, EL TIANGUIS Y LOS SUJETOS SOCIALES: LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

El circuito mercantil en estudio en la presente investigación, y que hemos destacado sus principales características en el capítulo II, con base en el trabajo de campo que realizamos de enero de 2022 a enero de 2023, hemos comprobado que los intercambios comerciales se realizan principalmente en los tianguis que se instalan en las cabeceras municipales y regionales de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco que, a lo largo de sus acontecer histórico, han fungido como centros sociales, económicos y políticos, no sólo para ellos mismos sino que también para el resto de los municipios y localidades que convergen en el entorno de esas cabeceras. Estos tianguis, distribuidos en las cuatro regiones, conforman el circuito mercantil donde la mayoría de la población de las regiones puede abastecerse de alimentos, ropa, calzado, alguna clase de herramientas, animales de corral, entre otros productos. Es importante destacar que, de acuerdo con la información que se obtuvo en campo a través del cuestionario que se aplicó a estudiantes de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo, nos deja en claro el vínculo que se da en los tianguis del circuito mercantil en donde se puede destacar que se constituye en los sitios a donde acuden los lugareños para vender y/o comprar sus productos. En efecto, en el cuadro 3.6 se puede observar que los negocios se despliegan en las cuatro regiones estableciendo relaciones de complementariedad.

Los tianguis más importantes del circuito son: el de San Martin Texmelucan que, por sus características, puede ser catalogado como un tianguis de alcance trans-estatal debido a asiste clientela que proviene de diversos lugares del sur y sureste del país. Ahí es posible encontrar gran cantidad de bienes y servicios especializados. El segundo tianguis en importancia en el circuito es el de Atlixco, que también lo podemos catalogar como un tianguis trans-estatal, que se especializa en mayor medida en la venta de productos procedentes de la floricultura y productos alimenticios (Barrales, 2023). Es importante señalar que, dado el despliegue que se observa de los emprendimientos familiares, hemos observado que las unidades socioeconómicas familiares logran sobrevivir ante las diversas adversidades que enfrentan. El ir y venir de los negocios en los diferentes tianguis del circuito mercantil propicia un buen desempeño en sus niveles de rentabilidad. En estos tianguis del circuito mercantil acuden personas de diversos puntos de la república.

Cuadro 3.6. Circuito mercantil de la región funcional: San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco.

Negocio	Municipios donden incurre el emprendimiento familiar					
Verdura y Frutas	Coronango	San Gregorio Atzompan	San Martin Texmelucan			
Ropa	Izucar de Matamoros	Atlixco				
Ropa	San Martin Texmelucan	San Salvador el Verde				
Pantalon para caballero	Puebla	San Martin Texmelucan				
Jugos y Desayunos	Calpan	Nealtican	San Andres Cholula			
Aguacate	Puebla	Cuautlancingo				
Ropa y Cosméticos	San Martin Texmelucan	Huejotzingo				
Ganado	San Martin Texmelucan	Atlixco	Domimgo Arenas	Huejotzingo	San Juan C. Bonilla	Nealtican
Fruta y verduras	Zaragoza	Domingo Arenas	San Martin Texmelucan			
Ropa	San Martin Texmelucan	Atlixco	Huejotzingo	San Andres Cholula	San Salvador el Verde	Otro
Ropa	Puebla	Atlixco	Cuautlancingo	Huejotzingo		
Carne de Cerdo	San Martin Texmelucan	Otro				
Tobillera	Tlahuapan	San Martin Texmelucan				
Blusa y Pantalon de niño	San Martin Texmelucan	Huejotzingo	Otro			
Prendas de vestir	Puebla	Huejotzingo				
Pantalon	Huejotzingo	San Martin Texmelucan				
Verdura	San Andes Cholula	Nealtican				
Pantalon de mexclilla	Huejotzingo	Atlixco	Otro			
Productos de limpieza	Puebla	Otro				
Ultramarino	Ahuatlán	Coronango	San Nicolas de los Ranchos	San Pedro Cholula		

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. N=578. Periodo de aplicación febrero de 2021 a febrero de 2022.

Estos resultados tienen una importancia relevante para la economía popular solidaria que, de acuerdo con Coraggio (1999), se compone de un conjunto de recursos que determinan las actividades que se realizan para satisfacer necesidades materiales y no materiales, así como de reglas, valores y conocimientos que definen dichas actividades, y los agrupamientos, redes y relaciones que instituyen las unidades domésticas o, en nuestro caso, las unidades socioeconómicas familiares que dependen para su reproducción de la materialización continua de su de trabajo. Esto quiere decir que la propuesta de Coraggio (1999) significa que la economía popular incluye todas las unidades socioeconómicas familiares que, por su propia lógica de funcionamiento, no viven a expensas de la apropiación ajena del trabajo y de su valor, ni se debe de suponer que se pueda vivir de riqueza acumulada. Más bien se debe entender que sus integrantes están encausados hacia

realizar sus expectativas de mejorar la calidad de vida de sus integrantes; lo cual no deja de lado la posibilidad de que sus miembros puedan incorporarse al trabajar en los ámbitos formal o estatal.

Como sostenía Coraggio (1999), las unidades domésticas o las unidades socioeconómicas familiares son propias de la economía popular. Cada unidad socioeconómica familiar es un grupo de individuos vinculados de manera sostenida y solidaria que, de manera cotidiana, son los responsables de la obtención y distribución de las condiciones materiales necesarias para la reproducción de todos sus miembros. Estrategia que hemos podido observar operando en las acciones emprendidas en los tianguis que conforman el circuito mercantil. Las unidades socioeconómicas familiares que operan en los tianguis tienen diversos recursos tales como tierra, vivienda, conocimientos acumulados a lo largo del tiempo, instrumentos de trabajo —como las herramientas de uso común en los tianguis—, ahorros, entre otros. Sin embargo, el principal recurso de que dispone una unidad socioeconómica familiar en la economía popular es su propio trabajo, que se corresponde al conjunto de energías, destrezas, habilidades y capacidades de trabajo que pueden ejercer sus integrantes en condiciones normales.

En efecto, podemos destacar que existen diversas formas a través de las cuales los integrantes de la unidad socioeconómica familiar pueden desplegar sus capacidades de trabajo y realizarlo. Coraggio (1999) destaca algunas formas de trabajo de las unidades socioeconómicas. Aquí nos interesa destacar la que hace referencia a la que se practica como trabajo mercantil autónomo o por cuenta propia, es decir un emprendimiento autogestionado que produce bienes o servicios para venderlos en el tianguis, que puede ser individual, familiar, o asociativo con trabajadores de otras unidades socioeconómicas familiares.

Coraggio, en el año de 2007, sostenía que las unidades socioeconómicas familiares, en su ciclo vital, se van adaptando a los diversos cambios de contexto social, combinando formas de realización de su de trabajo entre sí y con el acceso a transferencias monetarias, bienes públicos, u otras formas de ayuda mutua. En efecto, los integrantes de la unidad socioeconómica familiar, de manera coordinada y variable a lo largo de su ciclo de vida, van realizando su trabajo individual a través de estas formas, de tal manera que la unidad

socioeconómica busca la mejor utilización posible de su trabajo en función de lograr la reproducción solidaria de la vida de todos sus miembros. Esto nos lleva afirmar que la lógica económica de la unidad socioeconómica materializa su racionalidad en la búsqueda de la reproducción ampliada de la vida del conjunto de todos sus integrantes.

En nuestro caso, la unidad socioeconómica familiar, a través de sus integrantes o, propiamente dicho, de sus integrantes en su figura de trabajadores, busca generar ingresos a partir de la producción y compraventa en los tianguis a través de emprendimientos familiares que pueden ser comprendidos en el marco de las estrategias de reproducción económica de las unidades socioeconómicas familiares. Estas prácticas son parte de una estrategia compleja a través de la cual las unidades socioeconómicas concretizan sus destrezas de trabajo para alcanzar a reproducir, de la mejor manera posible, y de forma colectiva y solidaria, la vida de sus integrantes. Por lo cual, Coraggio (1999) considera que los emprendimientos familiares surgen como extensiones de la unidad doméstica (Coraggio, 1999). Esto nos lleva a plantear que la racionalidad económica de las unidades socioeconómicas familiares se orienta hacia la reproducción de la vida de todos sus integrantes en las mejores condiciones posibles, sin orientarse hacia la maximización de ganancias o acumulación de riqueza como sí se presenta el caso para la empresa capitalista que le es de suma importancia maximizar la productividad y la ganancia para alcanzar la acumulación.

En los emprendimientos familiares, en general y en particular en los tianguis, hemos podido observar, a través del trabajo en campo, que no es de su interés minimizar tanto el uso de trabajo, ni cómo utilizar eficientemente los ingresos que se obtienen de las ventas en el tianguis, sino su objetivo principal está puesto en dos lógicas de funcionamiento. La primera consiste en el aseguramiento de la continuidad de la unidad socioeconómica en el tianguis, y, en segundo término, de las propias necesidades de reproducción material e inmaterial de los trabajadores familiares que integran los emprendimientos familiares. El emprendimiento familiar se apoya en el trabajo familiar que aporta cada uno de los integrantes, como es el caso de los emprendimientos en los tianguis. Lo que se busca no es la ganancia para acumular, sino ingreso para aportar al grupo familiar que es requerido para adquirir los bienes materiales para la reproducción del mismo grupo. Por eso Coraggio, en

el año de 2007, sostenía que en lugar de cortar el cordón umbilical que une a las unidades socioeconómicas, separándolos y objetivando las relaciones de intercambio antes que la reciprocidad, es necesario admitir que el sentido de tales emprendimientos es la reproducción ampliada de la vida de los miembros o de las unidades domésticas a las que pertenecen los productores. Estos trabajadores producen para vender en los tianguis y generar ingresos —los medios— para atender necesidades de sus unidades socioeconómicas familiares —el fin—, aunque para ello tienen que competir y enfrentarse a la presión que impone esta otra lógica.

3.2.1 La unidad socioeconómica familiar: de campesinos a tianguistas en la región funcional

Por tradición, la actividad de las unidades socioeconómicas de las familias campesinas tianguistas en la región funcional ha sido el cultivo de maíz. La agricultura que se práctica en la mayor parte de las regiones de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco es la de temporal y en menor escala practican la que cuenta con riego. Los bajos rendimientos que se observan en la agricultura, debido a la pobreza de los terrenos de cultivo, la falta de agua y las pocas oportunidades de trabajo, provocan que los campesinos de las regiones busquen mejores condiciones de vida, una es a través de la venta en los tianguis en el circuito mercantil y otra ha sido la migración laboral internacional (Guevara, 2003). Sin embargo, dadas las condiciones precarias en el sector agrícola, el cultivo del maíz no se abandona y la tierra se continúa trabajándose, aunque con menor intensidad que en otros tiempos. En el ideal de este tipo de campesinos en las regiones, tal y como nos lo comenta Don Margarito “el maicito azul es nuestra tortilla que vendemos en el tianguis y nos da para comer”. Esta práctica, muy característica en esta gente, nos da cuenta de la importancia, no solo económica, sino también ideológica y simbólica, de nuestras unidades socioeconómicas familiares.

Los campesinos que hemos identificado en los tianguis del circuito mercantil se sienten orgullosos de ser campesinos, dado que ser campesino significa una manera muy peculiar de organizar la vida, un modo propio de producir. El maíz es el principal cultivo de la región, aunque no se ha deja de producir otros tipos de cultivos tales como frijol, calabaza, haba, cultivos que abundan en las cuatro regiones que forman el circuito

mercantil. Muchos de estos cultivos son llevados a los tianguis que conforman el circuito. Los campesinos de la región de Atlixco son los que más cosechan hortalizas y legumbres, por contar aún con abundantes tierras de riego, al igual que en el caso de la región de San Martín Texmelucan.

En toda la región podemos encontrar con frecuencia un campesino que depende de una agricultura de temporal. Esta forma de agricultura se caracteriza anualmente por una temporada corta de lluvias, la cual permite obtener una cosecha que escasamente asegura el consumo de una familia nuclear. Al mismo tiempo, la división del trabajo en la familia campesina es de vital importancia. Son los integrantes de la familia quienes conforman la fuerza de trabajo en el campo, la cual se aprovecha con mayor intensidad en las diferentes labores de cultivo —cortar maleza, abonar, etcétera—.

Una característica peculiar del campesino en la región funcional consiste en que la mayor parte de dicha población se dedica también a la crianza de ganado porcino que forma parte de la ganadería de traspatio. También se puede destacar la producción de animales de corral como gallinas, patos, conejos, guajolotes, etcétera, lo cual se constituye como una actividad primordial por cuanto permite la sobrevivencia de las familias campesinas, ya que esta crianza de animales de traspatio es llevada a los tianguis para su venta. Por regla general nos encontramos que la cría de aves está destinada al autoconsumo o venta. Dichos sujetos llevan a los tianguis productos agrícolas que son recolectados en el trascurso de algunas semanas, previos a la "plaza". Dentro de la mercadería que suelen llevar se encuentra hortalizas y legumbres, frutos recolectados en sus terrenos como pera, durazno, chabacano entre otros. También acuden a vender aves de corral. El comercio que realizan en el circuito mercantil es de pequeña escala, y también suelen ofrecer para la venta semillas —de calabaza, frijol, maíz, haba, ayocote, etcétera—, una variedad amplia de chiles secos procesados por ellos mismos, animales de corral, verduras que se dan de manera silvestre tales como los berros, quintoniles, quelites, entre otros, frutas como la ciruela, pera, camote.

La actividad comercial que practican los campesinos de las regiones la comercializan en los tianguis de las cabeceras municipales, debido fundamentalmente a la cercanía que tienen sus respectivas localidades a dichos centros mercantiles, muchos de los

cuales no cuentan con transporte propio y suelen organizarse con otras familias, como una forma de ayuda mutua, para rentar una unidad y de esta manera poder transportar sus mercancías. Con mucha frecuencia los campesinos que se dedican a trabajar en el tianguis los utilizan como centros de abasto para expender alimentos y demás productos como vestido y calzado, entre otros. En efecto, una vez que han terminado sus ventas de productos agrícolas y artesanales, con los ingresos que han obtenido por sus ventas suelen adquirir su "recaudo" para la semana, así como eventualmente ropa y calzado. Como lo deja de manifiesto Doña Gabina, que tiene su emprendimiento de tortillas, "le digo a mi hija, primero dios ya sacamos para tus zapatos que ya no tienes, los que tienes ya están retefeos".

El campesino tianguista del circuito mercantil con frecuencia suele buscar un ingreso complementario que le ayude a satisfacer las necesidades más inmediatas que le demanda la familia. Para conseguirlo tienden a desplazarse para trabajar en diversos lugares, siempre en el entorno de las cabeceras municipales y regionales. Se emplean, por ejemplo, en las maquiladoras establecidas en las regiones del circuito mercantil o en el sector servicios. En la región funcional en estudio, en donde nuestros sujetos observados enfrentan la necesidad de la migración laboral internacional, hemos detectado que este fenómeno suele darse por periodos de larga duración, lo que provoca que se proliferen las diferencias económicas entre sus integrantes, sobre todo en las regiones de Atlixco y Huejotzingo, donde las opciones de trabajo regional se tornan sumamente escazas. De esta manera, hemos observado que los ingresos provenientes de esta actividad, es decir las remesas enviadas desde el extranjero, han impactado en el conjunto de las regiones del circuito mercantil ya que en gran medida los recursos se destinan principalmente la manutención del núcleo familiar —la familiar nuclear principalmente—, a apoyar el emprendimiento familiar, y a la celebración de actividades religiosas.

En efecto, en las regiones del circuito mercantil se practica el sistema tradicional de cargos, lo cual pasa a ser una parte de la estructura y organización social de la población en los municipios las regiones en general, y en la de Huejotzingo en particular, sobre la que recae gran parte de las obligaciones institucionales y que se relacionan con las prácticas socioculturales y religiosas. Por tradición se le conoce en San Pedro Cholula y Atlixco

como mayordomías, y en San Martin Texmelucan y Huejotzingo como comisiones. Ambas responsabilidades revisten una singular importancia como elementos de cohesión y reproducción cultural, ya que a través de estos mecanismos se organizan las fiestas religiosas y actividades culturales como los carnavales, entre otras actividades que marcan mecanismos de identidad, pertenencia, inclusión y exclusión, y que tienen que ver con patrones socioculturales bien definidos.

3.2.2 Tianguistas productores-comerciantes

Los comerciantes que laboran en el tianguis de la región de Huejotzingo, y que se dedican al cultivo hortícola que se practica en la región, realizan dicha actividad con tierras bien regadas. Esta actividad se halla a cargo de los principales representantes de las unidades socioeconómicas familiares, que podríamos considerarlos con la categoría de microempresarios o ubicados en tareas realizadas y conocidas como "por cuenta propia". En épocas de sequía, los huertos son regados con agua de pozos profundos, esto en Atlixco, San Martin Texmelucan, y una parte de San Pedro Cholula. Dichas huertas producen flores y verduras de la temporada que generalmente son llevadas a los tianguis para su venta por sus propios propietarios, los que en el lenguaje popular se conocen como los "propios".

También hemos encontrado productores de la industria textil, los que con frecuencia están relacionados con los pequeños emprendimientos maquiladores, y artesanos locales. En toda la región de Huejotzingo existen unidades de producción que confeccionan prendas de vestir en talleres familiares y la producción es llevada a los tianguis del circuito mercantil. La región de San Martin Texmelucan destaca en esta labor. Estos pequeños emprendimientos suelen llevar directamente su mercancía a los consumidores locales en los tianguis del circuito. Tenemos el conocimiento que esta actividad es de suma importancia y de gran interés en dicha región, puesto que genera una gran cantidad de ocupación. Esta microindustria se ha desarrollado con una base familiar. Los artesanos de las regiones al parecer no se destacan, pero no deja de tener relevancia para las familias, pues dicha actividad tiene muy poca presencia, a excepción de las regiones de Huejotzingo y Cholula que se distinguen por la confección de trajes de carnaval para la ocasión, la producción de sidra, y la elaboración de frutas en conserva. Entre las artesanías características y puramente locales se debe mencionar que la región de Huejotzingo existe grupos familiares

que se dedican a la elaboración de prendas vestir bordadas que se ocupan para los días de carnaval en dicho municipio. Muchas otras unidades socioeconómicas familiares se dedican a la elaboración de conservas de frutas, práctica que se realiza desde la época de la colonia. Siempre hay en cada tianguis del circuito algunos puestos que expenden tales productos. Sin embargo, este tipo de artesanías tienden a expandirse de forma destacada durante los tianguis de los días festivos. Resulta interesante mencionar que la producción de los productores campesinos tiene que competir con los productos de otras regiones que de muchas formas es sustituida por estos.

Si los tianguis del circuito mercantil desaparecieran, los productores campesinos de los municipios adyacentes tendrían que desplazarse demasiado lejos hacia otros tianguis en otros circuitos mercantiles —los de Amozoc, Tepeaca, Acatzingo, Ixcaquixtla o Tehuacán, por ejemplo—, lo que implicaría padecer de sus comodidades esenciales, lo que los llevaría al borde de la desaparición. La región en que habitan les permite recolectar y, en algunos casos, producir artículos que son de primera necesidad en la región, como verduras y frutas tales como manzana, duraznos, peras, etcétera. Nuestros productores comerciantes llevan esos productos a los tianguis para venderlos y de esta manera adquirir otras mercancías que necesitan.

De tal manera que la naturaleza de la producción de nuestros lugareños nos permite ver que el nivel de vida de un productor comerciante-tianguista consiste básicamente en un sistema de necesidades que deben ser satisfechas mediante el abastecimiento de bienes materiales, servicios de procedencia de la misma región funcional, lo que se constituye, en términos de económicos, en la formación de la demanda de nuestro productor campesino, es decir, el sistema de necesidades se constituye en una base social y cultural con un sentido altamente regional. El abastecimiento que llega a nuestro productor suele llegar en forma de influjo de bienes y servicios tradicionales, que es resultado de las actividades locales organizadas que se construyen a lo largo del ciclo vital de los productores campesinos en torno de la satisfacción de necesidades.

Esto nos permite observar que existen sistemas tradicionales de habitación, formas de vestir, de hábitos dietéticos, así como de una cosmovisión, todo lo cual permite una lógica de reproducción que constituye un sistema de demandas definidas. Por ello podemos

afirmar que el nivel de vida de la comunicad campesina productora en el circuito mercantil se mantienen conservada por los bienes que se demandan con regularidad, sobre la base de un presupuesto familiar claramente definido, que se halla determinado por instituciones como el hogar, la comunidad del poblado, la propia iglesia con sus fiestas tradicionales que motivan el interés religioso, por el estilo de alimentación, la forma de vestir, los muebles, los utensilios que se utilizan en la cocina, que no pueden ser cambiados de manera espontánea.

Debemos destacar elementos importantes que nos dejan en claro la clase de necesidad económica que hace de los tianguis del circuito mercantil un lugar indispensable para el productor campesino de los municipios integrantes, adyacentes y circunvecinos. Lo que hemos encontrado es que, si analizamos las costumbres de consumo de la unidad socioeconómica familiar, desde el punto de vista del presupuesto familiar, lo que observamos es que la unidad distribuye ese presupuesto a lo largo del día o de la semana de acuerdo con su nivel de ingreso y las estrategias de la familia. En tales períodos, durante el día del tianguis más próximo, el jefe de la familia distribuye sus recursos en la adquisición de mercancías que son preparados para su venta en el tianguis. Acto seguido, con lo obtenido de las ventas se realizan compras de bienes que les permite su reproducción, es decir, el ingreso es gastado en la adquisición de mercancías para el consumo doméstico como azúcar, carne, utensilios útiles para el hogar, la ropa tiene que ser reabastecida por alguna festividad próxima. El mecanismo principal del tianguis se nos presenta como un lugar para obtener poder de compra y hallar una larga serie de oportunidades para utilizar ese poder en la completa satisfacción de las necesidades más elementales. Este hecho, por obvio que parezca, muestra la relevancia que tienen los tianguis en las unidades socioeconómicas familiares. Lo que nos llevar a afirmar que todo esto se dio en un marco de solidaridad.

3.2.3 El circuito mercantil construido por tianguistas campesinos y la unidad socioeconómica familiar.

El circuito mercantil está conformado por veintiún municipios y cuatro cabeceras regionales que son San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco y sus respectivos tianguis ubicados precisamente en dichas cabeceras. El circuito se halla

determinado por cierta cantidad de factores físicos y culturales. El conjunto de la región funcional se encuentra incrustada en el altiplano central del estado de Puebla, la cual forma una amplia planicie donde es factible practicar actividades relacionadas con la agricultura, ganadería y otras actividades relacionadas. Dicha planicie en los años cincuenta y sesenta del siglo pasado gozaba de una tierra muy fértil, lo cual propiciaba las condiciones óptimas para practicar una agricultura abundante. Su altitud, el clima, las lluvias y los vientos son bastante homogéneos. Sin embrago, actualmente algunas de sus partes son más fértiles, en especial las que por su propia naturaleza están abastecidas de agua, arroyos, ojos de agua, como son el caso de las regiones de San Martin Texmelucan y Atlixco.

Es importante destacar que en cuanto a su etnografía tenemos que considerar el predominio de la cultura náhuatl como grupo étnico principal. Sabemos, gracias a nuestras observaciones personales y documentales, que se encuentran representados en los tianguis del circuito mercantil. Sin lugar a duda, Cholula se constituyó como el principal centro de unidades políticas y religiosas que se hallaban en constante guerra con el señorío de Huejotzingo (Bonfil, 1973). Cholula fue el principal centro de actividad religiosa de la región, tanto en el periodo prehispánico como en el colonial. Este hecho es todavía atestiguado por la existencia de sus numerosos templos católicos y por sus importantes sitios arqueológicos, dada la presencia de su gran pirámide prehispánica que se ubica en el llamado “Cerrito de la Virgen de los Remedios”.

Los pobladores de la región, y en especial los campesinos que participan en los tianguis regionales, históricamente han mostrado ser buenos vendedores (Bonfil, 1973), lo cual no significa necesariamente que sean los mejores vendedores de la región, sino que nos referimos a que a través de los tiempos se han mantenido y han sobrevivido imponiéndose a todas las adversidades para mantener vivos los tianguis del circuito mercantil. Los tianguis del circuito mercantil nos ofrecen un testimonio de las habilidades comerciales de los campesinos que participan en ellos, así como una gran vitalidad social y económica que representa para los municipios los días de “plaza” con el llenado de las calles que animan la concurrencia de la población de los municipios y de sus alrededores. Las cabeceras municipales y regionales acogen en esos días casi siempre el doble de la población normal. El tianguis municipal se transforma en un escenario efervescente de

intercambio comercial, lo que provoca, en repetidas ocasiones, que el transporte se vea rebasado en su capacidad debido a la afluencia de personas y mercancías en ese día de tianguis.

Caminando en el día de tianguis, el asistente recibe una fuerte impresión de vitalidad e intensidad concentradas. El tianguis es ruidoso y estridente, sin embargo, sus procedimientos son ordenados y la gente suele ser tranquila, aunque a veces surgen diferencias entre los vendedores y las diferencias se dirimen a golpes. El ritmo de los tianguis es lento e intenso, premeditado y ordenado. Los clientes caminan en busca de las mercancías que necesitan, se detienen, observan el puesto y, si les atrae y les conviene, comienzan a negociar. Empieza un diálogo directo y como si se tratara de viejos conocidos en plena confianza realizan una negociación, "cuánto cuesta su montoncito de chile; veinte pesos güerito; qué pasó está muy caro, diez; no, deme dieciocho; ni usted ni yo quince; bueno está bien, me los llevo; ahí le van los suyos". Fin de la transacción. En un escenario de dos filas a lo largo de la calle, en dos filas una frente a la otra, donde se instala con su emprendimiento familiar —puesto— nuestro campesino suele hacer este tipo de negociaciones con mucha frecuencia. En este tipo de negociación directa interesa destacar un alto componente de solidaridad, en el sentido de que nuestro campesino tianguista comparte parte de su producto al dar el famoso pilón, "ahí le van los suyos".

Por medio de la observación participante nos fue posible observar algunos detalles de las diferentes dinámicas que se ponen en práctica en los tianguis, como el del caso de la vendedora de quesos, Doña Victoria, que a primera vista y sin aparentes consecuencias adquieren un significado muy especial. Su emprendimiento familiar en el tianguis le proporciona la oportunidad de adquirir ciertos bienes de consumo, lo cual nos conduce a plantearnos nuevas inquietudes para saber su interés por las ventas de sus productos en el tianguis, por ejemplo, qué tan útil le resultan las ventas en el tianguis para alcanzar a satisfacer sus principales necesidades reproductivas y por qué a ella le resulta útil al tianguis. Resulta difícil comprender cómo una mujer de escasos cuarenta años puede vivir con una escaza ganancia por la venta de sus quesos, para lo cual resulta interesante conocer dónde compra sus quesos y cuánto paga por ellos. Esto nos permite pensar sobre cuál es su posición social y si puede tener algún otro ingreso. En esta situación se hallan muchas

familias que en realidad viven con sus familiares del tianguis y de ese modo se sostienen en el día a día. Esto nos da luz sobre la pertinencia de nuestro circuito mercantil que al asistir los comerciantes a los diferentes tianguis de las regiones hace posible la rentabilidad del emprendimiento familiar de Doña Victoria. En efecto, encontramos que doña Victoria asiste a otros tianguis del circuito mercantil. Esto nos arroja luz sobre la naturaleza del asunto.

Después de terminar con su jornada en el tianguis, los campesinos van a las cercanas tiendas de víveres o de textiles, o bien se sientan con su pequeño grupo familiar a comer los alimentos que en parte trajeron consigo y en parte compraron en el mismo tianguis. Esto nos permite afirmar que el tianguis, además de ser un conjunto económico, también es un espacio de solidaridad, de socialización, y de convivencia familiar. El tianguis se conforma como un espacio de reproducción socioeconómica y sociocultural con una base social y comunitaria. El aspecto económico de cualquier transacción se liga con los procesos de producción, de intercambio, de consumo, de socialización. En la medida que un acto complejo contribuye al mantenimiento de una familia, ese acto tiene su lado solidario.

Visto de esta manera, el tianguis es una compleja maquinaria de supervivencia. El tianguis les gusta a los pobladores de los municipios aledaños y a los campesinos de los espacios rurales, esto, entre otras cosas, porque es más barato comprar en un día de tianguis que en otros días y en otros espacios del mercado de consumo regional, con todo y sus modernizaciones comerciales. Estos hechos evidenciaron que los pobladores y los campesinos nunca van al tianguis sólo por el hecho de divertirse. Van a ese segmento del mercado de consumo a realizar negocios que les permite su reproducción social. En consecuencia, esto nos llevó a comprender que el tianguis es indispensable como mecanismo para adquirir y fortalecer el poder de compra, que le permite al campesino tianguista adquirir una variedad de mercancías que le permiten cubrir sus necesidades básicas. Entonces encontramos que la función del tianguis está estrechamente relacionada con la escaza economía de los campesinos y también con el bajo nivel económico de la mayoría de los habitantes de la región funcional. Esta relación que encontramos entre el ingreso limitado de un campesino y el escaso alcance de la demanda de los consumidores

se traslapan para hacer del tianguis un mecanismo ajustado para satisfacer las necesidades económicas de los participantes.

En este contexto, y dadas las condiciones en que se desenvuelve la dinámica del tianguis, significa que el tianguista campesino, el económicamente más pobre, con menos educación, resulta ser un extraordinario manejador de habilidades en cuanto a cifras, cálculos en la realización de sus ventas. Aquí es conveniente que hagamos una breve parada. Observamos que los campesinos productores, que venden en pequeñas cantidades, llegan desde las seis de la mañana, o quizás más temprano y, mientras más pobre es el productor vendedor, es mayor el tiempo que tarda tratando de realizar ventas directas al consumidor, aunque después de mucho esfuerzo logra la realización de sus mercancías. Cualquiera que haya sido la forma en que logró vender sus mercancías, y a través de esta acción obtener algún ingreso, posteriormente procederá a realizar un recorrido entre los puestos del tianguis del propio mercado, y de algunas tiendas de la cabecera municipal y regional, para comprar carne, longaniza, azúcar, café, y otros comestibles, así como también algunos textiles.

Esta manera de actuar del campesino tianguista nos permite afirmar que las transacciones que realiza representan lo más importante de su actividad económica. Sabemos de esta manera que la unidad socioeconómica familiar lleva un presupuesto, de semana en semana, durante todo el año. De tal manera que nuestros sujetos cubren su presupuesto semanal realizando ese tipo de ventas. Aquí también podemos ver de manera vinculante la dependencia mutua que existe entre los tianguis del circuito debido a que nos enseña como los comerciantes pueden prosperar a través de las transacciones que se logran en este sistema del circuito.

3.3. LOS TIANGUIS EN EL CIRCUITO MERCANTIL

Hemos planteado que la región funcional representa un espacio geográfico bien definido. Hemos sostenido lo mismo para el circuito mercantil. Cuando empezamos a investigar la región funcional observamos una interconexión entre los tianguis que conforman el circuito mercantil: todos convergen hacia la Ciudad de México como el centro de atracción de los tianguis en estudio, y de forma complementaria también hacia la

ciudad de Puebla, y hacia algunas regiones relacionadas con el sur del estado de Puebla. Hemos observado que una gran cantidad de mercancías son transportadas hacia la Ciudad de México, e incluso los productos que son acaparados se concentran y son transportados al gran mercado de dicha ciudad, lo cual lo consideramos como un elemento exógeno, pero que no queremos dejar de mencionar. Dicho fenómeno se debe a la geografía de la región y por las vías de comunicación que se han construido a lo largo de los años. Estas líneas de comunicación hacen que los mecanismos de distribución y acopio de mercancías se dirijan a esa gran ciudad.

De forma paralela, el circuito mercantil se puede afirmar está interconectado. En efecto, cada uno de los tianguis de las cabeceras municipales y regionales se configuran como el centro principal de su región funcional, aunque se relacionan con otros sitios en su entorno y por medio de estos con otras regiones. Es decir, cada municipio en las regiones del circuito mercantil tiene su propio centro, así como su propia esfera de influencia. Estos factores caracterizan y determinan la propia naturaleza del circuito mercantil. Las particularidades interregionales, en cuanto a su producción, recursos naturales, y las necesidades de sus respectivos habitantes, integran la unidad del circuito mercantil. Entonces el hecho de que, en un determinado lugar específico, dadas sus cualidades naturales, se puedan adquirir ciertos bienes a diferentes precios, y que en esa misma región se creen las condiciones para que se puedan adquirir otros bienes de otras regiones, situación que estimula el flujo permanente de intercambio y también se propicia el movimiento de compradores. Esto nos da cuenta de la interdependencia que se da en el circuito mercantil. Estos hechos nos muestran que el circuito mercantil se conforma como una unidad de flujo permanente de mercancías.

Es importante examinar el elemento tiempo en el circuito mercantil. Los días de tianguis mantienen una frecuencia semanaria —martes en San Martin Texmelucan, domingos en San Pedro Cholula, sábado en Huejotzingo y Atlixco—. Este ciclo de rotación semanaria establece una interdependencia de los tianguis. En efecto, los precios que se aplican en algunas mercancías pueden influir en los movimientos del precio que se observaron en los otros tianguis: “El precio del limón y del jitomate estuvo muy caro en Atlixco, aunque en San Martin estuvo corriendo muy barato”, se comenta en el tianguis de

San Martín Texmelucan. Este hecho nos da elementos para sostener que un emprendimiento familiar resulta redituable al aprovechar esta circunstancia, razón por la cual la unidad socioeconómica familiar visita varios tianguis del circuito mercantil, por lo que aquí el tiempo se convierte en oportunidad de mantenerse vigente o la afectación del negocio familiar, por cuanto los precios pueden disminuir o, por el contrario, aumentar por cualquier circunstancia ajena al funcionamiento del tianguis. Una unidad socioeconómica familiar de cualquier municipio tiene la oportunidad de por lo menos dos veces por semana de proveerse de dinero por la venta de su mercancía y, a su vez de adquirir bienes, que le permiten su reproducción, debido a que trabajan entre dos cabeceras municipales y regionales —entre San Martin Texmelucan y Huejotzingo, Huejotzingo y San Pedro Cholula, San Pedro Cholula y Atlixco—. Este hecho nos permite advertir que el ciclo semanario del circuito mercantil de los tianguis permite su integración.

No podemos pasar por alto una breve descripción de lo que observamos y se vive en los tianguis del circuito mercantil. Intentaremos realizar una panorámica de lo que acontece en las calles, las esquinas, las secciones de los tianguis, donde se realiza el intercambio de las mercancías.

3.3.1. El tianguis de San Martin Texmelucan

De acuerdo con Jesús Contreras Hernández, Cronista Oficial de la Ciudad de San Martín Texmelucan de Labastida, el Tianguis del municipio de San Martín Texmelucan es el de mayores dimensiones en el estado de Puebla y muy posiblemente de México y Latinoamérica. Cada martes convergen cientos de mayoristas y miles de compradores que en temporadas altas llegan a sumar más de sesenta mil personas, que en un sólo día efectúan incontables intercambios comerciales. Los tianguistas y los compradores llegan de todas partes de la república mexicana, principalmente del centro, sur y sureste, reportándose igualmente personas de Centroamérica. Llegan en autobuses especiales de turismo y de líneas foráneas con salidas específicas a este destino. Se trata de un complejo tianguis, donde se puede encontrar ropa por mayoreo y medio mayoreo, calzado, frutas y verduras, semillas, alimentos preparados, introducción de ganado, implementos agrícolas y automotrices. Es un tianguis intercomunicado por la infraestructura de autopistas y vías

libres de la red carretera nacional, que lo conecta con todos los destinos importantes del país.

Los orígenes del Tianguis Municipal se encuentran en la base histórica de la vocación mercantil de San Martín Texmelucan. El comercio ha sido una de las actividades tradicionales de la ciudad. Desde la llegada de los primeros colonizadores españoles, por las décadas de 1560-1570, hubo necesidad entre los hacendados y rancheros de abastecerse de insumos. La apertura del Camino Real México-Veracruz, con itinerario por Puebla, sustentó el intercambio comercial entre viajeros y colonos de las ventas y postas asentadas en el Valle de Texmelucan.

Desde finales del siglo XVI se posicionó como punto concéntrico entre los pueblos de la región, y los habitantes de San Martin Texmelucan fomentaron el intercambio de mercancías. Las compraventas se desarrollaban en la Plaza de Armas —hoy Parque Hidalgo—. Su importancia adquirió tal magnitud que para finales del siglo XVII, y hasta el primer tercio del siglo XIX, el gobierno instaló una Garita para el cobro del transporte de mercancías —una especie de aduana— convirtiendo a San Martin Texmelucan en un Pueblo de Alcabalas.

Los productos que se comercializaban eran principalmente agropecuarios: chile verde y seco, trigo y harinas, maíz, verduras, carbón, pulque, leña, cuero e insumos para las haciendas y ranchos. Los comerciantes del Consulado de México importaban para la región los productos que aquí estaban prohibidos como los paños, la pólvora, y otros. A este tianguis asistían los comerciantes y campesinos de los pueblos de la región de los volcanes y aquí se abastecían los caminantes, diligencias, milicias y viajeros de México a Veracruz.

Sin precisar cuando ocurrió exactamente, para 1780-1800 se institucionalizaron los martes para implementos y los viernes para alimentos. La esfera de influencia era tal que el edificio de la parroquia de San Martín Obispo era costeado, en gran parte, con las limosnas que se conseguían entre vendedores y compradores. Se constituyeron cofradías y asociaciones religiosas entre los tianguistas. Con la guerra de independencia, el asedio constante al pueblo y la destrucción de caminos causó la desaparición de la Garita de

Alcabalas y obstaculizó por un buen tiempo el libre intercambio, pero la importancia mercantil a nivel regional no se perdió ante todo por su ubicación geográfica.

El comercio en la Plaza de Armas creció en proporciones desiguales respecto a la infraestructura de la ciudad, y para 1900 representaba ya un problema serio para las autoridades municipales. Los días de plaza se efectuaban los martes, viernes y domingo; el primero de estos días era el importante como hasta ahora. El cobro de derechos representaba para el Ayuntamiento un ingreso importante para satisfacer necesidades públicas. De todas las ramas económicas habidas en el registro de ingresos del Ayuntamiento, el Tianguis resultaba ser el más rentable porque erogaba poco e ingresaba bastante dinero. Durante la primera década del siglo pasado, los proyectos de electrificación, empedrado, agua potable, línea telefónica, y otras mejoras materiales, estaban condicionadas al éxito que tuviesen las autoridades municipales en la administración y cobro del tianguis. En 1903 el presidente Municipal Ignacio Téllez, citado por el cronista Contreras, hace una minuciosa descripción de lo que fue el mercado y lo que representaba para el municipio y su sociedad: Ha surgido la imperiosa necesidad de un mercado que llene las exigencias de la población. Día a día se acentúa la marcha progresiva de Texmelucan, las vetustas casas se están transformando en cómodas habitaciones, la población se ensancha y cada día que pasa aumenta el comercio; las transacciones que se verifican los martes a la intemperie, y motivadas por ser día de plaza, requieren protección contra los elementos de la naturaleza. La pequeña plazoleta central, y que hasta ahora sirve de mercado, es además insuficiente para el comercio, para el tráfico, inadecuada para el objeto al que actualmente se le destina. En la época de calores se hace intolerable la atmósfera con la aglomeración de gente y lo incomodo de las sombras que se colocan al frente de los puestos. En la estación de lluvias el aspecto de nuestra plaza es desolador: los baches abundan, los puestos diferentes se ven sobrenadar y los compradores al guarecerse de la lluvia y evitar el lodo no verifican sus compras como deberían.

Antes de 1917, continúa platicando el cronista Contreras, y ante la imposibilidad de construir un edificio para un mercado funcional, la autoridad municipal implementó acciones para regular el comercio, el tráfico y la imagen de la plaza. Cada año se publicaba el Bando de Policía y Buen Gobierno, mismo que con pequeñas reformas o adiciones

siempre incluían artículos que prohibían, entre otras cosas, vender todo tipo de alimento insano, introducir carne de animal muerto por enfermedad, frutas descompuestas, agujerear el piso para poner manteados o parasoles, dar pastura a los caballos, transitar armado por la plaza, ocupar mayor espacio que el otorgado por el inspector, estorbar con carga y descarga, tránsito de carros, carretas y carretillas por los costados de la plaza los días de tianguis, y todo tipo de actos que atentaran contra la moral y decoro de la sociedad. Los infractores eran penalizados, económicamente o con días de arresto.

Para el cuidado de la imagen pública, el Ayuntamiento obligaban a los comerciantes a construir jacalones con techo de tejamaní, barnizado con pintura de aceite y los costados de manta blanca. No permitían colocar respaldos porque atrás se cometían abusos y actos indecorosos. El comercio en la plaza se hizo insoportable para 1917 y, en un intento por darle solución, el presidente Municipal Baraquiel Flores Castillo permitió que se instalaran en los patios de la Estación del Ferrocarril Interoceánico, acción que no fue tolerada por la Superintendencia de los Ferrocarriles Constitucionalistas de México, exigiendo la expulsión de los comerciantes.

De hecho, el año de 1917, nos dice el cronista Contreras, es un año sumamente importante para la historia de San Martín y de la futura evolución del tianguis. Con gestiones del General Domingo Arenas y sus ideas agraristas logró que el empresario y hacendado español Marcelino G. Presno fraccionara el terreno "Xolalpan", ubicado al oriente de la ciudad, cediendo al Ayuntamiento todas las calles resultantes del fraccionamiento y un terreno destinado exclusivamente para construir el mercado público. El 18 de noviembre de 1917 se inauguró el "Mercado Vicente Guerrero". Pero el problema del mercado sólo se había trasladado de lugar. Ahora, el nuevo terreno más grande, cada martes, viernes y domingo, se congestionaba con la llegada de numerosos comerciantes y compradores.

Esta situación se mantuvo sin variaciones hasta el año de 1928 en que se hicieron avances significativos. Al parecer el nuevo sitio quedaba "demasiado lejos" para la ciudadanía que no concurría a él, hecho que favoreció el crecimiento y proliferación de ambulantes, sobre todo en las calles 5 de Mayo e Hidalgo. Las autoridades municipales propusieron una nueva reubicación del tianguis para trasladarlo a los terrenos despoblados

de los ejidos conocidos como la “Ixtla” —hoy colonia Morelos—, en el sitio que alguna vez sirvió de pista de aterrizaje.

Entre 1928 y 1937 se construyó el Mercado Municipal Domingo Arenas, pero desde el inicio hubo problemas entre los locatarios de puestos fijos y los que ocupaban el área de tianguis, más los conflictos con los ambulantes que ocupaban los martes y viernes las calles aledañas al mercado. Las décadas de 1950 y 1960 consolidan la trascendencia del comercio en la ciudad, con la característica de que los ambulantes se han posicionado del tianguis en dos días a la semana, y se perfila la especialización por productos: ropa y calzado los martes, y verduras los viernes. Las décadas de 1970 y 1980, con los cambios socioeconómicos del país, crecen las actividades mercantiles informales y el ambulantaje toma posesión de las calles aledañas al Mercado Domingo Arenas y se desbordan a las calles céntricas de la ciudad de San Martín Texmelucan.

En este mismo relato, el cronista Contreras comenta que la competencia desleal hace su aparición y van a la baja las ventas de los locatarios del mercado municipal y comerciantes establecidos, que optan por salir a las calles y banquetas de los frentes de sus casa. Surgen las primeras agrupaciones en defensa de los ambulantes, que chocan con los intereses de los locatarios del mercado y con las Cámaras para los comerciantes establecidos. La autoridad municipal sigue usufructuando los beneficios por derechos de piso y comercio, pero comienza a ser rebasada en la gobernabilidad y control de tianguistas y ambulantes. Entre 1980 y 1990 el tianguis semanal de la ciudad de San martín Texmelucan se ha especializado en la venta de ropa por mayoreo y medio mayoreo, y zapato, y se refuerza la combinación con otras mercaderías como la venta de insumos agrícolas, abarrotes y alimentos.

Los comerciantes intermediarios han sido sustituidos o desplazados por los fabricantes directos de la ropa, que abaratan aún más los costos de compra y consolidan esa cualidad como la principal atracción para los compradores. El margen de sus ganancias es tan amplio que pueden realizar operaciones como submayoristas y revendedores de primera instancia. La evolución del tianguis aprovecha la incapacidad de la infraestructura económica del municipio para responder a la demanda de empleo de la población. Gran número de desempleados se incorporan al sector informal en busca de un medio de

subsistencia y mejoramiento en sus condiciones de vida. La creciente migración interna del campo a la ciudad y las consecuencias de ello aceleran el proceso.

En 1987 el tianguis ambulante en San Martin Texmelucan abarca treinta y cinco calles, en las cuales se efectúan toda clase de giros comerciales. La población de vendedores era superior a los cinco mil, y los compradores a diez mil. Los conflictos en el área fueron provocados por la saturación y concentración de las actividades de comercialización, ya que los tianguistas que llegaban distribuían sus productos en las aceras de las calles y en puestos improvisados y ubicados desordenadamente, repercutiendo en la circulación peatonal y vehicular, ya que los puestos son de tamaños y medidas desiguales.

La funcionalidad anárquica del tianguis, que ya era completamente de ambulantes, provocaba una serie de problemas como contaminación ambiental, grandes cantidades de basura, altos decibeles de ruidos y sonidos, inseguridad individual tanto de vendedores como de compradores por el hecho de que la vigilancia policíaca era insuficiente, proliferan los robos, atropellos y accidentes, e ingobernabilidad. Las consecuencias sociales, económicas y políticas tomaron magnitudes inesperadas. Había que dar solución gubernamental y política al asunto, por tal razón las autoridades municipales deciden realizar la reubicación del tianguis.

El tianguis de San Martín Texmelucan sigue siendo considerado como uno de los más grandes de Latinoamérica, así como uno de los más extensos de esa clase en el país. Especializado en textiles, genera unos sesenta mil empleos y del cual dependen entre doce mil y veinte mil familias. Desde 1994 está ubicado al oriente de la cabecera municipal, a medio kilómetro del centro, en anteriores predios ejidales de la localidad conurbada de San Lucas Atoyatenco, a un costado de la carretera a Tlaxcala. El tianguis, pese a su problemática, tiene muchas unidades socioeconómicas familiares. Contiene muchas bondades, pues da trabajo a muchos de sus habitantes y es un motor para la economía de la región. Sabemos, gracias a nuestras observaciones personales, que se trata principalmente de pequeños textileros de los estados de Tlaxcala, Hidalgo, Morelos, Ciudad de México, y diversos municipios de Puebla. Cuenta aproximadamente con diez mil integrantes de las treinta y dos organizaciones que operan en el tianguis.

De acuerdo con la revista *Proceso*, Elim Garzón, dirigente del Círculo de Organizaciones Populares (COP), recuerda que, en 1994, cuando el Ayuntamiento los reubicó, ese lugar era una zona con campos de cultivo inundables que no contaba con ningún servicio, por lo que los tianguistas invirtieron para introducir agua, luz y drenaje, así como para construir pasillos, sanitarios y techumbres. De acuerdo con estudios del COP, el tianguis actualmente abarca más de veinte hectáreas, genera unos sesenta mil trabajos directos e indirectos, entre empleados de mostrador, costureros de las maquilas, cargadores, vigilancia, transportistas, estacionamientos y vendedores de comida, entre otros. Adicionalmente, cada semana acuden a surtirse de mercancía de veinte mil a cuarenta mil pequeños comerciantes, aboneros, y vendedores informales, que en su mayoría viajan de entidades del Sureste del país, e incluso de Guatemala y Belice. La mayoría de los tianguistas tienen pequeños emprendimientos de maquilas que producen prendas como calcetería o camisetas, pero en el laberinto de pasillos, carpas y techumbres también se venden vestidos de novia y trajes para caballero.

Actualmente existe un conflicto por los terrenos en donde se ubica el tianguis, que tiene como origen un decreto publicado el 2 de agosto de 1989, por la expropiación de treinta hectáreas del poblado San Lucas Atoyatenco en favor del Ayuntamiento. De esa extensión, 11.4 hectáreas se destinarían a vivienda y 18.6 a infraestructura urbana para descentralizar el comercio, es decir, donde se ubicaría el tianguis. El detonador de lo que llaman una “bomba de tiempo” es la propuesta que la edil actual planteó para resolver un litigio que data de 1994, con respecto a las 18.6 hectáreas donde lunes y martes de cada semana se instalan de doce mil a veinte mil comerciantes de este tianguis.

Es importante destacar que muchas unidades socioeconómicas familiares han aprovechado el conocimiento que adquirieron en la histórica industria textil que se instaló entre los estados de Puebla y Tlaxcala. A partir de esto, algunos hombres y mujeres, comenta Montiel (2014), tomaron la determinación de instalar pequeños talleres de fabricación de prendas de vestir que les permitió la obtención de recursos económicos con la venta en el tianguis de San Martin Texmelucan. Muchos de estos emprendimientos familiares han tenido éxito en sus ventas. El tianguis representa uno de los mayores centros de intercambio mercantil que moviliza a las personas tanto en las regiones del circuito

mercantil, así como a personas de otros estados de la república mexicana. El tianguis de San Martin Texmelucan, desde los años ochenta, ha mostrado una tendencia hacia la especialización en la venta de ropa al por mayor (Núñez, 2015).

Por medio de la observación participante pudimos dimensionar que la venta de frutas y verduras, por parte de las unidades socioeconómicas familiares, es el giro más antiguo y con más arraigo de la región debido a que representa el centro de abasto más importante, histórica y regionalmente. Se observa que en este giro se encuentran comerciantes semifijos que son los que venden grandes volúmenes y que son los que suelen abastecer el tianguis. Luego encontramos los comerciantes de medio mayoreo que son los que vienen a abastecerse de este tianguis para luego llevar a vender a las localidades circunvecinas. Finalmente tenemos a los vendedores al menudeo o detallistas. Es importante destacar que la venta de mercancías empieza desde la noche previa al marte de tianguis y continúa toda la madrugada; este tianguis no duerme. El tianguis de San Martin Texmelucan funciona también como una central de abastos regional para pequeños y medianos comerciantes. Núñez (2015) señaló que acuden productores a vender su propia cosecha. Se trata de productores directos que traen al menudeo maíz, frijol, calabazas, duraznos, manzanas, nueces en su temporada, leña, y una variedad de productos de la región. Aquí es importante señalar que las unidades socioeconómicas familiares, con la venta de estos sus productos suelen adquirir bienes para surtir su pequeña despensa para la semana.

3.3.2. El tianguis de Huejotzingo

En la década de los años ochenta el tianguis de Huejotzingo fue reubicado, ya que por tradición el día de plaza se realizaba en la explanada del centro de Huejotzingo. Con los años se tomó la decisión, por parte de las autoridades municipales, de trasladarlo a cinco calles del centro, hacia el poniente, donde se construyó el nuevo mercado municipal Hermanos Serdán. En años recientes se han realizados nuevas adecuaciones para su buen funcionamiento. Cuenta con una serie de locales que se distribuyen a lo largo de seis pasillos. El espacio está totalmente techado. Si dividimos el mercado en cuatro cuadrantes, tenemos que en el primer cuadrante se encuentra la venta de carne, en el segundo cuadrante

se encuentran los locales de comida preparada, en el tercer cuadrante se ofrecen todo tipo de verduras y legumbres, en el cuarto cuadrante, al igual que en el primero, se vende carne.

Cabe destacar en los cuatro cuadrantes se establecieron mercaderes que venden todo tipo de productos. Los comercios de los locales del interior del mercado funcionan todos los días de la semana. El tianguis tradicional se instala alrededor del inmueble del mercado, ocupando una gran extensión de calles, cuyo espacio se usa solamente el día de plaza. La plaza principal se lleva a cabo los días sábado. La del miércoles reúne menos vendedores y, por lo tanto, menos compradores. Los puestos permanentes del tianguis se ubican sobre las calles que conducen hacia el mercado.

El tianguis de Huejotzingo abarca cinco calles de la Avenida M. Escobedo, que va del zócalo hasta el mercado Hermanos Serdán. Dicha calle se especializa en la venta de textiles. En paralelo a esta calle, la Avenida Pereira, que abarca desde el Mercado Hermanos Serdán hasta llegar a la carretera federal México-Puebla, ocupando prácticamente sietes calles, en donde podemos encontrar una variedad de productos que van desde herramientas nuevas y usadas hasta calzado. En esta calle no podemos ver con claridad una especialización por la gran variedad de mercancías que se ofertan. Muy cerca del mercado, en la parte de atrás, dos calles, encontramos la venta de ganado, donde se puede conseguir ganado en pie como cerdos, pollos, guajolotes, patos, pollitos, etcétera. Hacia el sur del mercado, a dos calles de la Avenida M. Escobedo, podemos encontrar toda clase de verduras. Los intercambios de aquellas mercancías básicas se realizan en la calle a nivel de las banquetas.

Podemos distinguir diversos tipos de comerciantes en el tianguis de Huejotzingo. En primer lugar observamos a mujeres, que se hacen acompañar por miembros del grupo familiar, los adolescentes y en varios casos con niños porque en casa no hay con quien dejarlos. Llevan su mercadería en cantidades considerables, sin excederse, frutas y yerbas que cultivan en sus pequeñas parcelas. Por otra parte, hay un conjunto de puestos que se dedican a vender todo tipo de semillas —maíz, haba, semillas de calabaza, huesos de capulín, entre otros—, chiles secos en todas sus variantes, huevos que producen en sus pequeños corrales, donde suelen practicar ganadería de traspatio. Por lo general son personas que bajan de las juntas auxiliares de Huejotzingo —Nepopualco, Atexca, San

Miguel Tianguismanalco, Santa Ana Xalmimilulco—, pero también hay quienes proceden de otros municipios cercanos. Otros comerciantes también llegan de fuera a vender su propia producción como es el caso de los vendedores de queso que vienen de Chiautla, Tlaxcala, y los productores de textiles de San Martin Texmelucan, entre otros. Aquí también encontramos a comerciantes que acostumbran a recorrer varios tianguis de las regiones del circuito como son Atlixco y San Pedro Cholula. También proceden de municipios alejados como Tepeaca, y de otros cercanos como Calpan, San Nicolas de los Ranchos, Nealtican. Observamos la presencia de comerciantes al por mayor, que en su mayoría son propietarios de sus vehículos de carga, en las cuales suelen traer fruta de tierra caliente, entre otras mercaderías.

Las personas que llegan al tianguis de Huejotzingo lo hacen por diversos medios: a pie, en moto taxi, en camiones de líneas locales, pocos en vehículos propios. Existe un cierto orden en la disposición de mercaderías al interior del tianguis. Por este motivo los comerciantes se conocen entre sí, se prestan algún servicio e interactúan, se dan conversaciones amigables constantemente, aunque también existen ocasiones en que se dan disputas que terminan en golpes.

Es importante hacer algunas observaciones adicionales al tianguis de Huejotzingo. Observamos que predominan los productos alimenticios como son las carnitas y los alimentos preparados en las calles que abarca. También habría que destacar la presencia de objetos de uso diario manufacturados de manera artesanal, como los muebles rústicos de madera, las herramientas que también son exhibidas para su venta. Las transacciones son por lo general de montos pequeños, debido a que la mayor parte de los consumidores son de escasos recursos que sólo buscan adquirir el mínimo indispensable para satisfacer el consumo doméstico semanal. Al tianguis acuden habitantes del propio municipio, de sus numerosas juntas auxiliares, y de los municipios del circuito mercantil, lo cual nos permite afirmar que el tianguis de Huejotzingo contiene una fuerte presencia rural, lo que contrasta con el ambiente de los mercados urbanos.

Lo trascendental del tianguis de Huejotzingo es que da vida al circuito mercantil semanal de la región, es un mecanismo importante de intercambio que asegura la realización material e inmaterial de las unidades socioeconómicas familiares. Todo parece

indicar que el comercio que se practica en el tianguis es una actividad que ha conservado a esas familias.

3.3.3. El tianguis de San pedro Cholula.

Guillermo Bonfil (1973), en su investigación para su tesis doctoral, señala que las actividades comerciales que se practicaban en San Pedro Cholula tenían una enorme trascendencia para la población. Los cronistas de dicho municipio siempre hacen referencia especial de este aspecto cuando mencionan las características de los cholultecas, que no sólo desde la sociedad prehispánica y la conquista, sino también durante todo el siglo XVI. Algunas referencias que destacan de dicha actividad son las que proporcionó Gabriel de Rojas, argumentado que los cholultecas son buenos mercaderes, Gerónimo de Mendieta afirmó que el pueblo de Cholula, que ahora es ciudad, estaba formado de las mejores casas y de la gente más rica porque los vecinos de ella casi todos son mercaderes. También se retoma la opinión de Vetancurt, que señala que eran grandes mercaderes que recorrían toda la Nueva España, y conservan el andar de mercado en mercado. Todos estos cronistas son citados por Bonfil (1973).

Desde tiempos memorables, en San Pedro Cholula, desde antes de la llegada de los españoles, existía un tianguis dentro de la ciudad que se celebraba cada cinco días, al que acudían mercaderes de diversos pueblos cercanos y de la propia Cholula. En ese tianguis se vendían diversas mercaderías, de las que destacan, entre muchos otros productos, piedras preciosas y plumas, yerbas medicinales, tabaco, sal de Axuchitlán y de Zapotitlan, mantas corrientes de Campeche, granos y cacao. (Bonfil, 1973). También se destaca un circuito de tianguis de la región cholulteca en los que trataban los comerciantes de la ciudad. Juan de Pineda (citado por Bonfil, 1973), comenta que “los indios de este pueblo son casi todos mercaderes ansi ellos como sus mujeres y andan con sus mercaderías y cosas que tienen vendiéndolas a los indios de los pueblos de la redonda desde pueblo en los tianguiz en un pueblo y otro día en otro toda la semana por su rueda y tanda”. (Bonfil, 1973).

Otra manera de comerciar de los cholultecas eran las ferias que periódicamente se efectuaban en la ciudad, a las cuales acudían comerciantes y peregrinos de una región mucho más amplia que la cubierta por el circuito semanal de tianguis. Los mercaderes

cholultecas, señala Bonfil, acudían a regiones distantes, posiblemente en ocasiones de ferias religiosas. Al respecto comenta Durán, (citado en Bonfil, 1973) “hoy en día los naturales de aquella ciudad permanecen en el trato y contrato de la mercadería, corriendo todos los lugares de la tierra, muy apartados y remotos, como es Guatemala, a Xoconochco, a todas costas, y minas, con sus cargazones de brujerías de buhoneros, como lo hacían antiguamente”. Así lo documentan las fuentes (Bonfil, 1973), los hombres y mujeres comerciaban, las mujeres parecen haberlo hecho sólo en el mercado local y en el circuito de tianguis regionales, y en tanto que los hombres emprendían los largos recorridos comerciales fuera de la comarca cholulteca.

Más adelante Bonfil (1973) afirma que el tianguis local y el circuito semanal de la región fueron mecanismos importantes de intercambio. Las ferias anuales se siguieron celebrando. Los cholultecas viajaron hasta regiones distantes comerciando con productos indígenas, y el comercio local se construyó bajo condiciones coloniales. El tianguis de Cholula se realizaba en los costados sur y oeste de la plaza principal. En años posteriores se tomó la decisión de construir un local apropiado a dos calles del centro, que es donde hasta recientemente realizaba sus actividades, hasta que se los trasladó al tianguis de Santiago Mixquitla (Solís López *et al.*, 2022) en la parte norte de la cabecera municipal.

Tienen una serie de locales al frente, un espacio techado a espaldas de estos, y un amplio patio al fondo. Los comercios de los locales abren todos los días, así como unos puestos al interior, en la parte cubierta. El gran espacio abierto se usa sólo dos veces por semana, los miércoles y domingos. La plaza principal es el domingo; la del miércoles reúne menos comerciantes. Los puestos permanentes que no tienen local propio se ubican en diferente sitio en días de plaza y en días ordinarios. Pueden distinguirse varios tipos de comerciantes en el tianguis cholulteca. Además de los comerciantes establecidos, que son los que alquilan los locales o tienen puestos permanentes. Se puede observar un gran grupo de mujeres que asisten a la plaza solas o acompañados por sus hijos pequeños. Llevan muy poca mercancía, apenas un puñado de frutas o yerbas de distintos tipos que suelen cultivar en su jardín es común verlas sentadas en el suelo o cargan sus canastas mientras recorren el tianguis pregonando sus productos. Con la venta de sus mercancías les alcanza para costear un puñado de comestibles diversos para completar la dieta de la semana.

Bonfil (1973) señala que en el tianguis de Cholula se ponían una serie de puestos dedicados a la venta de alimentos preparados, que sólo se expenden en días de plaza. Por lo general son habitantes del mismo municipio de Cholula, aunque hay quienes llegan regularmente desde puntos distantes. Otros comerciantes que también llegan de fuera traen a vender su propia producción, de tal manera que los fabricantes de quesos de Tlaxcala y de la zona de Chiautla, los metates de San Nicolas de los ranchos, los alfareros del Barrio de San Matías Cocoyotla, de la Trinidad —en el estado de Tlaxcala—, de San Martin Texmelucan, del barrio de la Luz de Puebla, de Amozoc, y de San Marcos Acteopan. También los tejedores de cestas de Natividad —en el estado de Tlaxcala—, de Zacatlán y de San Baltazar Tetela. Aquí Bonfil (1973) hace una distinción importante en el sentido de que existen comerciantes que proceden de municipios y comunidades cercanos al municipio de Cholula y que, por lo general, sólo acuden al tianguis de dicho municipio. En contraste con este grupo existe otro que acostumbra a recorrer varias plazas de la región y proceden de un ámbito geográfico más extenso, en donde incluyen en su recorrido el tianguis de Atlixco, Izúcar de Matamoros, Huejotzingo, y San Martin Texmelucan. De este grupo habría que destacar que suelen comprar mercancía barata y la revenden a un precio más elevado en otro tianguis del circuito mercantil. Los tianguistas que asisten al tianguis de Cholula proceden de un ámbito geográfico muy amplio que, a grandes rasgos abarca partes del Estado de México, la Ciudad de México, Tlaxcala, Puebla y hasta de tierra caliente, y aún ciertos puntos de Oaxaca y Guerrero. Un beneficio colateral del tianguis de Cholula es que mucha gente aprovecha la ocasión del día de tianguis para adquirir otros artículos en establecimientos especializados.

3.3.4 El tianguis de Atlixco

De acuerdo con el cronista de la ciudad de Atlixco, José Alvarado (citado por Barrales, 2023), el tianguis de Atlixco forma parte de una antigua tradición cuyos orígenes se encuentra en la época colonial. El tianguis era permitido para su realización dos días a la semana, un día se realizaba la venta grande, donde bajaban los pueblos indígenas para vender sus mercancías y abastecerse ellos mismos, el otro día era de menor tamaño. En el transcurso del siglo XIX el tianguis solía colocarse en diversas locaciones, para mediados

de 1930 se asentó de manera permanente detrás del Ex Convento de Santa Cecilia, lugar donde se encontraba la huerta de estas instalaciones religiosas.

Para el año de 1940, continúa el cronista José Alvarado, se construye el mercado Benito Juárez, a iniciativa del gobierno municipal, con el argumento de la necesidad de embellecer la ciudad y organizar el comercio. Para el año de 1960, se construyó el mercado Ignacio Zaragoza a las afueras de la ciudad, actualmente las calles 7 sur y 11 poniente. Es importante hacer mención que, con la construcción de los dos mercados, la tradición del tianguis no se pierde, sino que, por el contrario, continuó realizándose en diversas calles aledañas al zócalo, para terminar instalándose, en los años noventa del siglo XX, donde se encuentra actualmente.

En base en información de Barrales (2023), el tianguis del Municipio de Atlixco se constituye como el centro de acopio y distribución para los diversos municipios aledaños y, hasta la década de los años noventa, fue fundamental en el comercio con el estado de Morelos. Actualmente continúa una relación muy estrecha en cuanto al comercio de mercancías se refiere con municipios de las mixtecas bajas poblana y oaxaqueña, en particular con Acatlán de Osorio en el estado de Puebla y con Huajuapan de León en el estado de Oaxaca. En el trabajo de campo realizado por Barrales (2023) se encontró que en este tianguis atlixquense no existen frutas regionales que se vendan al por mayor, dado que el clima no favorece para ser cultivadas. Sin embargo, las frutas que se venden en el tianguis de Atlixco son traídas de Tabasco y Veracruz, como el plátano y la naranja. Otros productos como la zanahoria, la jícama y la papa se adquieren también en otros estados. En cambio, los productos que sí se producen en la región de Atlixco en abundancia son las flores de distintos tipos, los lácteos y derivados, las hortalizas, el amaranto —que es producido en el municipio de Tochimilco—, así como gran diversidad de las llamadas hierbas de olor.

Giménez y Gendreau, citados por Barrales (2023), comentan que para la década de los noventa en el tianguis de Atlixco se realizaban aproximadamente el 90 por ciento de las transacciones agrícolas de la región. En el tianguis regional de Atlixco convergen al menos cinco mil comerciantes, aunque a la fecha el ayuntamiento ha levantado el censo con tan sólo tres mil de ellos. Las mercancías que suelen ofrecerse con mayor frecuencia son:

granos, legumbres, flores, todo tipo de ropa y zapatos, abarrotes, jarcería, entre otros productos. A su vez tenemos que el tianguis se encuentra dividido en secciones en las que se incluye un área de mayoristas y minoritas. Se puede aprecia así mismo que en algún momento debió mantener algún orden más detallado, como una sección de frutas, otra de hortalizas, ferretería, flores etcétera. Sin embargo, debido a su crecimiento desmedido, y al otorgamiento de permisos de forma descontrolada, se ocasionó que las secciones perdieran su diferenciación.

Conclusiones

En este capítulo hemos presentado algunos de los resultados obtenidos en nuestro trabajo de campo. Los datos obtenidos mediante una participación efectiva en las transacciones comerciales, y por medio de su estudio, siempre fueron inspirados por objetivos teóricos definidos en esta investigación. En varias etapas de la investigación profundizamos la trascendencia del valor de la solidaridad. Esto nos sirvió como guía orientando una nueva recolección de datos, más concisos y de mayor alcance, permitiéndonos organizar nuestras evidencias. Hemos estado interesados principalmente en el aspecto de la solidaridad del fenómeno, esto es, en la influencia que el tianguis tiene en el bienestar de las unidades socioeconómicas familiares, de los campesinos, y de la comunidad de la región funcional y también del modo de vida de los agentes que comercian en los tianguis del circuito mercantil.

De la misma manera, se estudió a los tianguis como agencia que organiza algunos grupos, a través de la cual se hace evidente la integración de los habitantes de la región funcional, individual y colectivamente, dentro de una red de interdependencia social. Este aspecto fue abordado en repetidas ocasiones cuando demostramos la unidad del circuito mercantil y de la región conformada por cuatro regiones funcionales, eslabonadas por los municipios y sus tianguis, así como la dependencia económica de los municipios vecinos, respecto del circuito.

La unidad de nuestra investigación fue el circuito mercantil, como un sistema complejo. Esta unidad amplificada es un sistema compuesto que consiste en los tianguis de la región de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, en el

estado de Puebla. En este sistema socioeconómico los sujetos están plenamente organizados en actividades humanas tradicionalmente reguladas, donde se presenta la imperiosa necesidad de examinar la organización social, las reglas y las normas.

Hemos constatado que el tianguis esta principalmente conectado con el ingreso económico de corto alcance de los integrantes de la unidad socioeconómica familia. En el caso de nuestros campesinos tianguistas, que forman el grueso de integrantes de la población en el sector rural, encontramos que cada unidad socioeconómica familiar produce suficiente para satisfacer sus necesidades y para intercambiar cierta cantidad de su producción agrícola o textil suficiente para completar su presupuesto semanal. En esta forma, la gran mayoría de las unidades socioeconómicas lleva sus productos al tianguis cada semana, y obtiene un ingreso semanal. Como productores se benefician con el tianguis, como la mejor fuente para ampliar su poder de compra.

Como consumidores, el tianguis y las pequeñas tiendas de su alrededor son un espacio económico en el que todas las necesidades pueden satisfacerse de una manera familiar solidaria, fácilmente aceptable y manejable. De esta manera para la gran mayoría de las unidades socioeconómicas familiares de las regiones del circuito mercantil, la función primordial del tianguis contiene un doble carácter, uno como recurso para adquirir poder de compra, otro como abastecedor de mercancías para los consumidores. Los tianguistas y sus familiares están convencidos de que en el tianguis obtendrán todo lo que necesitan. Esto nos da luz sobre la forma principal del modo de vida de las familias en estas regiones. Por lo tanto, para las familias ir al tianguis no es motivo de alguna diversión, sociabilidad, o algunos otros motivos colaterales, la razón es centralmente económica.

También hemos mostrado cómo la ayuda mutua solidaria está directamente relacionada con la unidad socioeconómica familiar en los tianguis. Las características de la ayuda solidaria se materializan con mayor precisión en la unidad socioeconómica familiar por cuanto se trata de un pequeño emprendimiento. Sus integrantes suelen compartir, entre otras cosas, una historia y un lenguaje común, sentimientos de afinidad. Prevalece un sentimiento de voluntad de ayudarse mutuamente unos a otros, así como un sistema de valores y normas que son componentes centrales de los imaginarios ahí compartidos. Estas actitudes promueven y estimulan sentimientos de afinidad en cada uno de los integrantes de

la unidad socioeconómica familiar. Observamos que los miembros de la unidad socioeconómica pueden tener ciertas responsabilidades hacia cualquier integrante de dicha unidad, pero por regla general se tiende a compartir el día al día, en las buenas y en las malas, por lo que la unidad socioeconómica familiar forma lazos más fuertes de integración. La unidad domestica suele establecer contacto con otra unidad a través de aspectos religiosos o con fines políticos. Dicha circunstancia se explica a través del concepto de capital social. En efecto, la unidad socioeconómica familiar, con respecto a otra unidad, tiende a ser saludable, dado que establece varios vínculos y conexiones con otras unidades domésticas. En otras palabras, genera un gran capital social. Una unidad socioeconómica familiar con estas características no sólo se promueve a sí misma y con sus integrantes, sino que también se promueve con las unidades socioeconómicas en general.

Hemos comprobado cómo padres, hijos y nietos están en permanente comunicación, desarrollando una red de intercambios formales e informales de bienes y servicios que hacen de las relaciones familiares un mecanismo neutralizador de conflictos y tensiones, al proveer a sus miembros de los medios suficientes para mejorar, conservar o asegurar su posición social, evitando así la reducción del nivel de vida y descenso en la escala social, todo ello logrado a través de una consistente unidad solidaria entre los integrantes de la unidad socioeconómica familiar.

CAPÍTULO IV. EL TIANGUIS Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EL EMPRENDIMIENTO FAMILIAR Y LA AYUDA MUTUA COMO ELEMENTOS DE SOLIDARIDAD.

Introducción.

Por regla general, en la familia se tiende a reproducir diferentes normas y comportamientos de alcance social. En esas normas y comportamientos se pueden observar, con cierta regularidad, patrones de producción y reproducción donde se construyen y se ponen en operación lazos de solidaridad y reciprocidad, de ayuda mutua, si bien tampoco se descartan los conflictos entre los sujetos participantes, esto al mismo tiempo que se organizan esquemas de autoridad y jerarquía con relaciones de poder y dominación de distintos alcances, entre otros aspectos.

Las funciones tradicionales que venían desempeñando las familias contemporáneas se han visto modificadas en un periodo histórico corto. La razón de esas modificaciones está relacionada con profundidad y se han observar en los procesos de reproducción y organización de la llamada sociedad posmoderna. Esta forma de sociedad se entiende por oposición a las tendencias clásicas de la modernidad, basadas principalmente en el individualismo y el racionalismo en los tiempos de la industrialización y la productividad que son la base del modelo de acumulación capitalista. En ese contexto socioeconómico cambiante, las familias han tenido que desempeñar nuevos roles. Esto ha sido provocado, en gran medida, por la férrea aplicación de las políticas de ajuste macroeconómico de corte neoliberal que, se decía, tenían como uno de sus objetivos enfrentar las continuas situaciones de crisis económicas. En ese contexto, las familias han tenido que asumir altos costos económicos y sociales, en donde, como sostenía Ulrich Beck (2002), fueron viviendo la transición de la sociedad industrial a la sociedad del riesgo, afrontando diferentes problemas de sobrevivencia que han enfrentado a las familias con cambios en sus estructuras y organización.

La situación recurrente de esas crisis económicas ha provocado, entre otras cosas, que las familias, de distintos niveles socioeconómicos, estén adoptando estrategias

laborales de sobrevivencia (Damián, 2004) tendientes a mitigar, con distintos niveles de éxito en sus objetivos, el impacto del desempleo y de la precariedad de la ocupación y los salarios. Dichas estrategias de adaptación y sobrevivencia implican, en cierta medida, tanto la reorganización interna del grupo familiar, como el estrechamiento de los vínculos familiares que dan cuenta de la existencia de una red de comunicación y apoyo fundados en los diversos lazos familiares. Hemos sido testigos en las décadas recientes de un incremento en la participación económica de los distintos integrantes de la familia —por género, por generación, por parentesco consanguíneo o de afinidad— a tal grado que el modelo del cónyuge/padre como proveedor único ha sido rebasado frente al avance cada vez mayor de actividades económicas que desarrollan la esposa, los hijos, y otros integrantes de la familia extensa como estructuras de parentesco y afinidad que se han visto obligadas a compartir un mismo techo, y que contribuyen de manera creciente a la obtención de ingresos económicos para el sostenimiento del grupo doméstico.

Desde nuestra perspectiva de análisis a la familia nuclear y/o extensa la entendemos como unidad doméstica. Proponemos utilizar el concepto de *unidad doméstica* dado que facilita hacer reflexiones y, sobre todo, para entender su integración, primero como familia, después como unidad doméstica, y luego como unidad socioeconómica familiar, dado que todos se conforman como grupo doméstico nuclear y ampliado, que utilizan ciertas estrategias de sobrevivencia de producción y reproducción que implican pensar en una estrategia familiar que eventualmente se concretiza, como ya hemos detallado en el capítulo 3, en la formalización de un emprendimiento familiar.

Es así como se requiere de una organización a nivel de la unidad doméstica donde se plantee la necesidad de generar una estrategia familiar que se convierta en una unidad socioeconómica familiar, con funciones de división del trabajo, implicando formas de trabajo donde se despliega una división de tareas y responsabilidades a través de la ayuda mutua de entre los integrantes. Esto nos lleva a proponer que una forma de entender la presencia de la solidaridad es a través de formas de división del trabajo orgánica, en el sentido que le daba Durkheim como solidaridad social (2007), que se materializa en ayuda organizada, lo cual implica la existencia de la unidad socioeconómica familiar operando como emprendimiento familiar. Por ello consideramos la existencia, como presentamos en

el capítulo 3, de formas de solidaridad que generan un emprendimiento familiar respaldado por la colaboración de los integrantes a través de la ayuda mutua solidaria.

La unidad doméstica nos permite sostener el supuesto básico de que su estructura interna proviene de hechos socioeconómicos, así como de aspectos naturales-biológicos que tienen su determinación en un proceso de reproducción social que la articula y la forma. (Quesnel y Lerner, 1982) De tal manera que la unidad doméstica, entendiéndola como la unidad socioeconómica familiar que se cristaliza como emprendimiento familiar, eventualmente se integra en circuitos económicos solidarios (González, 2020).

El capítulo está dividido en cinco apartados. En el primero realizamos una breve introducción al trabajo. En el segundo realizamos un análisis de la familia como una institución que supone la referencia a un grupo social que existe en la representación de sus miembros en la reproducción —biológica y social—. Por su parte, la unidad doméstica tiene como función principal la realización de procesos de producción, distribución y consumo suficientes y necesarios para la manutención y reproducción de sus integrantes. En el tercer apartado abordamos la unidad socioeconómica familiar en cuanto a su organización del trabajo. En el cuarto apartado se analizó la ayuda mutua como un tipo de donación que se entrega en un acto de solidaridad al interior de las unidades domésticas, lo que implica relaciones entre personas y cuya expresión involucra distintos ámbitos de la vida social. En el quinto apartado presentamos los resultados de campo. Finalmente, el apartado de conclusiones para este capítulo.

La metodología que utilizamos para el trabajo de campo, que consistió en la aplicación de un enfoque cualitativo de investigación y que procura representar el sentido de las personas dan a sus actos, a sus ideas, y al mundo que les rodea de una manera subjetiva. Las técnicas etnometodológicas que se utilizaron fueron historia de vida, entrevista semiestructurada, la observación participante. Estas técnicas nos permitieron una aproximación cualitativa a las significaciones de lo que los integrantes de las unidades domésticas destacan. Se trabajó con los integrantes del grupo doméstico que participan en los tianguis y en el circuito mercantil donde se realizó el estudio. Se realizaron conversaciones informales con integrantes de integrantes de los grupos domésticos, las que se analizaron con las técnicas de análisis de la conversación, lo cual nos permitió identificar

diversos antecedentes personales y familiares, para tener una aproximación a sus creencias, sentimientos, miedos y posiciones sociales, lo cual posibilitó la recolección y valoración de diversas opiniones, ideas y críticas sobre temas de interés al interior del grupo familiar.

4.1. LA FAMILIA Y EL EMPRENDIMIENTO FAMILIAR: LA OCUPACIÓN EN LA ECONOMÍA POPULAR SOLIDARIA

Cuando iniciamos el trabajo de campo de la presente investigación, observamos que varios de los emprendimientos que interactuaban en el tianguis presentaban un relativo éxito en cuanto a su presencia y perseverancia por mantener su adaptación a los cambios que se presentaban a nivel municipal, regional e incluso nacional, siendo capaces de hacerse sostenibles ante cambios bruscos en el modelo de acumulación que había estado vigente hasta los años setenta del siglo XX. Dicha circunstancia nos llevó a reflexionar y cuestionar la viabilidad de considerar al trabajo asalariado formal como el eje de inserción de los trabajadores en la estructura capitalista, y la forma básica que permita generar ingresos económicos, autoestima, identidad, sentido de pertenencia y movilidad social ascendente. En el contexto mundial percibimos que el trabajo asalariado comparte su presencia con otras formas de ocupación laboral. En México se dice que el 60 por ciento de la población económicamente activa (PEA) es informal, lo cual significa que no es formalmente asalariada —o si lo es puede encontrarse en una forma de precariedad laboral semi-legal — por lo que usualmente no tiene acceso a los derechos laborales formales. En ese contexto socioeconómico se inscribe lo que se conoce como emprendimiento familiar.

Los emprendimientos familiares exitosos —siempre teniendo en mente los que operan en los tianguis del circuito mercantil— nos llevaron a indagar qué estaba haciendo la población que no tiene trabajo asalariado y de qué manera esta población se va inclinando por organizar la economía con sus propias estrategias, con otros objetivos y con otros sentidos respecto a la economía capitalista. Esto implica ver de qué manera vive y trabaja la gente a partir de estrategias familiares, comunitarias, barriales, basadas en lazos de confianza, de ayuda mutua, y en la solidaridad. La gente no hace esto de manera improvisada. Va acumulando experiencias y saberes de bajo perfil cognitivo, más bien pragmáticos, acerca de cómo organizar el proceso económico de producción y reproducción en el grupo doméstico. Vista así, la economía no es sólo un proceso que tiene que ver con el

capital, la mercancía, la acumulación, sino es un proceso más amplio, más social, que también debe incluir la satisfacción de las necesidades básicas a través de procesos que no sean precisamente capitalistas.

Una idea de lo económico que no sólo va a lo material, a la producción de bienes con fines de acumulación de capital, sino que también tenga en cuenta la producción de la vida, la conservación de la naturaleza, y lo que Caracciolo conceptualizó como *acumulación solidaria en un contexto neoliberal* (Caracciolo, 2017). La idea de solidaridad ha estado presente a lo largo de la historia en diferentes corrientes, asociada a los pueblos no a las estructuras de poder. Históricamente la solidaridad ha estado ahí, y por mucho tiempo se expresó en el pensamiento religioso. Con la modernidad capitalista transitó hacia la organización de cooperativas, también se ha expresado en las comunidades. Lo importante de este periodo histórico es que el propio capitalismo está generando, desde los años setenta del siglo XX, en el contexto de sus recurrentes crisis económicas, procesos de exclusión social: la economía capitalista requiere cada vez menos de trabajadores asalariados y, por lo tanto, la mano de obra va buscando opciones con enfoques de inclusión social en las escalas de lo familiar y de lo comunitario. Hay quienes prefieren vivir colectivamente y producir los bienes necesarios a partir de la solidaridad y la reciprocidad. Se acercan a las transacciones económicas que se hacen por fuera del capitalismo, optan por los intercambios, el trueque, el aporte en mano de obra sin pasar por la mediación del dinero y del mercado, sin criterios mercantiles.

Estas relaciones económicas van surgiendo con mayor énfasis en los años ochenta del siglo XX. Generan sentido de pertenencia, sentido de identidad, una organización solidaria de la producción. Ello nos llevó a cuestionarnos: de qué manera este tipo de propuestas se van concretando, con qué logros y dificultades la gente está optando por organizarse colectivamente. Esto no sólo obedece a que escasea el trabajo asalariado, sino también a que hay un rechazo creciente a la racionalidad instrumental capitalista, a la forma despiadada con que el capitalismo se manifiesta en esta época que nos tocó vivir. La organización económica solidaria es una respuesta a la crisis del modelo económico desarrollista de la segunda posguerra del siglo XX. El desarrollo y la modernidad capitalistas han exhibido problemas estructurales sin solución y se buscan otras alternativas.

La problemática que encontramos se refiere a las formas de inserción a ese segmento del mercado de trabajo basado en el grupo doméstico y en la solidaridad. Se trata de Constatar que no existe ni la intención ni la capacidad de generar empleos formales desde la manera de típica del capitalismo: desde la propia sociedad se van buscando otras respuestas. Es importante entender esta problemática para comprender cuáles son esos sentidos que se están buscando dentro de la sociedad: hay un rechazo y una re-significación de la forma de convivencia que se ha establecido desde la modernidad del capitalismo, y se están buscando otras alternativas. Esta necesidad de impulsar esa otra manera de relacionarnos, de organizarse, que rompe con la verticalidad del capitalismo. Esta decisión de crear comunidad tiene que ver con los consensos donde participan los miembros de una comunidad, donde hay una horizontalidad en estas relaciones que se van teniendo.

Hay razones estructurales del capitalismo contemporáneo que empujan en esa dirección: la sustitución de trabajo vivo, el desempleo estructural que estamos viviendo, la transformación del capital en las esferas de la producción y de la circulación, el crecimiento desmesurado del capital especulativo que da impulso al capital financiero, una creciente tecnocratización de las racionalidades, una desfavorable correlación de fuerzas que afecta al trabajo. Esto ha llevado a la flexibilización de las relaciones laborales y a la creciente precarización del trabajo.

Desde los años setenta la economía capitalista ha profundizado la crisis estructural que representa el agotamiento de un modelo de acumulación. Han transcurrido las décadas y no se ha encontrado una senda que apunte a una posible recuperación. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) proporciona datos de informalidad donde incluye en una misma bolsa a todas esas organizaciones sociales que consideramos alternativas, sin tratar de entender el propio contenido social que las impregna, cuál es su visión, cuáles son sus valores, cuál es la forma económica racional que están cimentando, cuáles son esas alternativas que están en construcción. Entonces, todo eso que suelen llamar informalidad deja sin oportunidad de poder entender la lógica económica diferente que la sociedad intenta construir como una nueva forma de hacer economía. La gente está buscando, construyendo sus alternativas, alejándonos de ver el trabajo como informal, sin

entender cuál es la raíz de todos estos problemas, y cuál es el sentido que está orientando su acción.

Otro aspecto importante para destacar es que el desempleo estructural está afectando principalmente a los jóvenes y a las mujeres, en México y en otros países. Esta potente fuerza de trabajo se incorpora con mucha frecuencia al emprendimiento familiar donde encuentra, en muchos casos, la solución a la falta de oportunidades en el mercado de trabajo considerado formal. Es en estos emprendimientos familiares donde experimentan el actuar en equipos de trabajo solidarios. Muchos jóvenes, mujeres y hombres, al lado de su familia, tratan de impulsar mecanismos de autoempleo a través de los trabajos que realizan en el microemprendimiento familiar, lo cual provoca el surgimiento de actividades solidarias inscritas en la economía popular solidaria (Coraggio, 1998; 2018; Barquín *et al*., 2005). Estas formas de actuar tienen la intención de impulsar otra forma de vida, y, por tanto, en términos de la investigación social, la forma en que se aborda esto es a través de conceptos *ad hoc* que logran dar cuenta de lo que están haciendo, de las formas en que se están insertando en esas realidades alternativas.

Eso que se denomina informalidad es resultado de la relación capital/trabajo. El capital lo que hace es expulsar personas del mercado de trabajo, por cuestiones tecnológicas y/o de rentabilidad, por su capacidad política que le ha permitido modificar la legislación laboral. La idea de informalidad tiene que ver más con el concepto de pequeña producción mercantil simple, gente que produce no para acumular dinero sino para satisfacer sus necesidades de producción y reproducción. Consideramos que este tipo de experiencias, en que la sociedad tiende a organizarse, está dando como resultado otra forma de hacer economía para la vida: todo aquel que quiera hacer algo económico tiene que generar las condiciones necesarias para la reproducción de la vida, guardado equilibrio con la naturaleza.

El punto aquí es que estamos mirando a esas personas desde una perspectiva económica no convencional. Ellos no quieren acumular dinero, lo que quieren es mejorar su bienestar y hacer esto de manera colectiva, es decir, acumular solidariamente. Entendemos que no buscan el individualismo, la verticalidad, sino la convivencia colectiva y con cierto bienestar, respetando la naturaleza. Las experiencias de construcción de economías

alternativas tienden a resignificar el concepto de trabajo y el quehacer cotidiano en los colectivos.

Finalmente, en diversos estudios antropológicos se han planteado analizar la organización social de la familia y su reproducción, y han enfatizado la utilidad de precisar los límites que distancian los conceptos de familia y unidad doméstica. Podemos argumentar que la primara tiene un contenido biológico vinculado a la procreación. En este sentido, podemos entender a la familia como una institución que supone la referencia a un grupo social concreto, que existe como tal en la representación de sus miembros, en función de la reproducción —biológica y social—, por la manipulación, de un lado, de los principios de la correspondencia, la descendencia y la consanguinidad, y, por el otro, de las prácticas de la división social del trabajo y la solidaridad. (Durkheim, 2007) Por su parte la unidad doméstica tiene como mecanismo la realización de procesos de producción, distribución y consumo suficientes y necesarios para la manutención y reproducción de sus respectivos integrantes.

Si bien nuestra perspectiva de análisis lo constituye la familia, la unidad doméstica nos permite articular esos tres momentos de proceder socialmente. Por consiguiente, consideramos un primer grupo doméstico de trabajo que corresponde a unidades domésticas de origen agrícola que residen básicamente en la comunidad rural. Un segundo grupo doméstico corresponde a miembros de esas familias que continúan viviendo en sus comunidades y se reproducen como unidad doméstica mercantil. Y un tercer grupo de esos integrantes están insertos en actividades maquiladoras principalmente urbanas. Esto constituye una cuestión analítica central: el tipo de estudio que realizamos supone la especificación del ámbito social, económico y político en el que se desarrolla la problemática, ya que la organización doméstica y la vida de las familias son parte de procesos complejos de producción y reproducción social que varían según estas condiciones del sistema social. Las estrategias de reproducción son, en parte, respuestas a esas condiciones contextuales.

Cuando el emprendimiento constituye una fuente más importante de ingresos dentro de la estrategia de vida, mayor será su capacidad de influir sobre la misma, y, en determinadas etapas de la unidad doméstica, pueden supeditarse las necesidades inmediatas

de consumo a los requerimientos que tenga el emprendimiento, particularmente cuando este se consolida, si el mercado está en proceso de contracción, o se si planea una expansión.

4.2. EL TRABAJO EN LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: LA DIVISIÓN DEL TRABAJO COMO SOLIDARIDAD O SOLIDARIDAD COMO DIVISIÓN DEL TRABAJO

La escasez de vivienda a costos accesibles, y las dificultades que enfrentan los jóvenes para encontrar empleo o percibir salarios remuneradores, influyen para que las parejas de jóvenes permanezcan en el hogar de los padres. De esa manera, los factores económicos inciden sobre la formación de unidades domésticas extendidas de numerosos integrantes: a veces encontramos hasta tres generaciones bajo un mismo techo. (García, 1982; Macías, Angoa y Aguilar, 2021). En México, una familia promedio a menudo no consigue subsistir con el ingreso económico de uno solo de sus miembros. En un marco estructural de deterioro del salario real y de deficiencia de los servicios colectivos, se hace necesario conocer y especificar las alternativas a las que recurren las familias para satisfacer sus necesidades básicas. (García, 1982)

Las tasas de participación familiar masculina y femenina, adulta y juvenil, nos permiten analizar el grado de utilización de la mano de obra disponible en determinados grupos de unidades domésticas, identificados según algunas características sociodemográficas del jefe y aspectos de su estructura interna. (García, 1982; Macías, Angoa y Aguilar, 2021) Una vez reconocida esta tendencia, se descubre que lo que determina a qué actividad o actividades particulares se consagrará la unidad doméstica es la magnitud y la composición de su fuerza de trabajo. La constitución de la familia, su tamaño, la edad de los miembros, y los tipos de actividad para los que son aptos, constituyen los elementos inmediatos que determinan la organización del trabajo y la selección de labores. Los patrones culturales locales-regionales, la especificidad de los mercados en que colocarán los productos, funcionan como un marco obligado para la planeación del trabajo familiar. Sin embargo, el objetivo de la diversificación de labores es el mismo para las diferentes familias: la obtención de un ingreso económico que garantice la supervivencia del grupo doméstico. (Salles, 1982)

La actividad económica, que abarca todas las labores realizadas por la familia mutada como unidad doméstica, —prestación de servicios o elaboración de productos para el mantenimiento directo del grupo familiar o producción de mercancías para la venta— constituye el ámbito analítico del estudio de la organización del trabajo de la unidad doméstica. En contextos como estos, el análisis se basa en la observación de actividades realizadas, las que nos indican aspectos parciales de la reproducción familiar como unidad doméstica y que pone de manifiesto una división del trabajo. (Salles, 1982) Entonces la unidad doméstica forma parte de un patrón de organización económica, social y cultural que puede abarcar varias generaciones.

Por otra parte, tenemos que los emprendimientos familiares son la única, o una de las principales fuentes de trabajo, lo que hace que el problema de la asignación de tiempos a diferentes actividades regule una parte importante de la disponibilidad de trabajo del emprendimiento y que en la determinación de las cargas laborales dentro del emprendimiento puedan influir factores procedentes de la unidad doméstica y de las relaciones entre sus diferentes integrantes. Los trabajadores integrantes de las unidades domésticas, materializadas en emprendimientos familiares, no tienen una remuneración preestablecida, y si llegaran a tener una remuneración esta sería establecida de acuerdo con el cálculo de la unidad en la que participan como propietarios, aunque generalmente tienen una flexibilidad económica mucho mayor que el salario, que no es otra cosa que una relación contractual por un monto establecido y no sujeto a modificación de acuerdo con los resultados obtenidos.

El ingreso que se perciba en la unidad doméstica dependerá de la cantidad de trabajo que se aporte, lo que a su vez dependerá de la composición por sexo y edad de la unidad doméstica y de cómo se asigne el tiempo a distintas actividades, entre las que se pueden contar otras que también representen fuentes de ingreso para la unidad doméstica. Es frecuente que las mujeres sean las que más trabajo aportan al emprendimiento cuando constituye una fuente complementaria de ingresos para las unidades domésticas, lo que incide en el horario y la duración de la jornada de trabajo del emprendimiento. De la misma manera, los hijos menores pueden ser una fuente importante pero temporal de trabajo, en la medida en que tienen otras actividades, aunque suelen darse casos en que estas otras

actividades —tales como actividades académicas para su formación profesional en alguna institución educativa— son inhibidas o suprimidas para asegurar un flujo constante y oportuno de trabajo para el emprendimiento. Considerar la naturaleza más amplia de las relaciones —no exclusivamente las de producción— existentes entre los individuos que constituyen este espacio familiar, significa también identificar en mayor medida a la familia como una unidad real de socialización y recreación de condiciones de reproducción de los individuos, y no sólo como instancia mediadora de relaciones y prácticas sociales.

Las prácticas sociales presentes en una sociedad son producto de las condiciones sociales de reproducción. Estas prácticas, a menudo convertidas en reglas axiológicas, encuentran su expresión aceptada o desviada al ponerlas en operación por los diferentes grupos sociales para fines de su reproducción. Ya sea que intervengan aleatoriamente, o como parte de una estrategia precisa, pueden a menudo continuar existiendo aun cuando su referente social haya desaparecido. Conforme se dan las transformaciones de las condiciones sociales, las prácticas se van articulando con ese nuevo referente social y, de este modo, más que transformarse están remitiendo a otra problemática, es decir, de mantenerse o no la configuración de las prácticas. Así, son las modificaciones continuas de las condiciones y su resultante, o sea, las nuevas formas de articulación, lo que nos permite hablar de la irreversibilidad de las prácticas sociales. También podría resultar que antiguas prácticas de reproducción interfieran con el surgimiento de nuevas prácticas que resultan de cambios en las condiciones de la reproducción. Lo importante es subrayar que las estructuras sociales son modeladas continuamente por la aplicación de esas prácticas. (Quesnel y Lerner, 1989)

Esta puesta en escena de las prácticas que realizan las unidades domésticas está relacionada con la idea de estrategia. La referencia a este término tiene la intención de no fijar el concepto de reproducción en un marco rígido, como la referencia a las normas, y, por lo tanto, de dejar entrever su movimiento. Sin embargo, ese concepto de estrategia implica la idea de una organización autorregulada, la noción de una respuesta única de comportamiento adaptativo de los grupos sociales a las condiciones vigentes. Por ello preferimos abordar la reproducción social directamente a partir de las diferentes prácticas

sociales desarrolladas por los grupos sociales, ya que ellas nos remiten a las condiciones globales en que se inscriben y que a su vez transforman. (Quesnel y Lerner, 1989)

Es así como un patrón de conducta corresponde a ciertas prácticas de inserción en procesos de trabajo y de reproducción económica, capaces de experimentar modificaciones dadas las nuevas condiciones sociales. Tratamos de subrayar cómo las condiciones económicas imponen una nueva articulación de las prácticas familiares sociales. De esta manera, la división del trabajo que se practica en la unidad doméstica tiene como cualidad específica los contenidos esencialmente solidarios, que permiten articular de manera consistente la reproducción de la unidad socioeconómica familiar, por cuanto se trata de una división del trabajo con una composición de elementos solidarios que se ponen de manifiesto a través de la ayuda o la colaboración al interior de los emprendimientos familiares.

4.3. LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR Y LA AYUDA MUTUA COMO ELEMENTO DE SOLIDARIDAD QUE SE MATERIALIZA EN LA ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO.

La ayuda mutua, como una relación de solidaridad en las unidades socioeconómicas familiares, suele existir inmersa en un sistema de interacción social que forma la base de la vida colectiva mediante la cual se vinculan las personas, los grupos domésticos, en sus niveles vinculatorios intrafamiliar e interfamiliar. Producen, así mismo, una dinámica social que se genera al interior de las unidades socioeconómicas familiares que produce un fluido intercambio de ayuda transferido mediante la otorgación recíproca de trabajo cuyo contenido subjetivo está lleno de afecto y sentimientos, de distintas significaciones imaginarias, con una vocación llena de contenidos solidarios al interior de la unidad doméstica.

En efecto, la ayuda que se da entre los integrantes de las unidades domésticas, y que se materializa como la unión de lazos de interacción social, se da y se solicita de manera permanente mediante actos complejos que con frecuencia consisten en hacer el favor y cumplir una serie de compromisos de reciprocidad por parte de quien la recibe. Desde esta

perspectiva, la ayuda mutua que se ofrece en la unidad socioeconómica familiar puede ser percibida como un tipo de don (Mauss, 2009) inscrito en un sistema de relaciones económicas permeadas por un contenido de reciprocidad, que por su lógica de funcionamiento se explica a través de su propia racionalidad funcional.

Esta conducta de ayuda por parte de los integrantes de las unidades socioeconómicas familiares puede inscribirse en el surgimiento de un estado subjetivo activo para comprender las motivaciones que llevan a ayudar (Velázquez, 2013), es decir, a participar de los distintos sistemas de intercambio que constituyen las diferentes redes sociales a las cuales una persona puede pertenecer y que son la base social que apoya su vida material. En este contexto, la ayuda mutua puede enmarcarse en un tipo de don que se entrega de manera individual o colectiva en un acto voluntario que puede o no haberse solicitado por aquellas o aquellos que lo reciben y que implica interacciones entre personas y grupos familiares, por lo que también contiene una normatividad axiológica y componentes de obligatoriedad y reciprocidad. Velázquez (2013)

En el caso de las unidades socioeconómicas familiares, la motivación para ayudar recae en los jefes de la familia que encabezan cada unidad socioeconómica. Su papel consiste en destacar la urgencia de apoyar en las diversas actividades que se realizan en la unidad doméstica conformada como emprendimiento, de tal manera que se propicie la conciencia de la interdependencia al valorar la ayuda que ha sido entregada por los demás hacia uno como expresión de su afecto y solidaridad, y al mismo tiempo hacer consciencia sobre la capacidad propia para corresponder la ayuda otorgada. De aquí podemos comprender la labor primordial que pone en juego el funcionamiento del sistema de ayuda mutua al interior de la unidad socioeconómica familiar, que consiste en la generación de una subjetividad funcional que se materializa en forma de voluntad de ayudar por parte de los integrantes de la unidad familiar.

Como integrantes del núcleo familiar, los padres y los hijos están integrados a su grupo familiar nuclear, por lo que los jefes de la familia estimulan desde muy pequeños la conciencia de los hijos para participar en las actividades del colectivo asumiendo responsabilidades y derechos como miembros activos. Esto nos conduce a plantear que las labores hacia la familia son su primera responsabilidad, seguida por el compromiso de

estudiar, siempre y cuando exista la voluntad personal y las posibilidades económicas para realizarlo.

Con mucha frecuencia, las trayectorias académicas formales no son vistas por los integrantes de las unidades socioeconómicas como expresión de superación personal individual, sino como el resultado de un esfuerzo colectivo, por cuanto dicho logro académico ha significado un sacrificio para el conjunto del grupo doméstico, ya que los estudios realizados por uno o varios miembro del colectivo ha representado la participación del conjunto del grupo familiar aportando recursos para los gastos que se derivan del proceso de formación académica. Con frecuencia, los hijos en proceso de formación profesional son descargados del trabajo en el hogar o en el emprendimiento familiar, dado que han decidido estudiar, por lo que su principal responsabilidad ha de ser la de culminar sus estudios, para que en el corto plazo continúen ayudando al emprendimiento familiar.

En repetidas ocasiones, cuando un integrante del núcleo familiar es enviado a cursar una carrera en el ámbito universitario o sub-profesional, esto implica una mayor participación directa de los integrantes de la familia, los hermanos mayores, el jefe de la familia, aportando trabajo adicional, con el fin de reemplazar el trabajo que aportaba el ausente. También los abuelos, tíos, contribuyen con dinero, o en ocasiones aportando ropa, alimentos, vivienda, útiles escolares. Todo esto se lleva a cabo siempre con la idea de que una vez concluidos esos estudios habrá una respuesta recíproca para apoyar a la unidad socioeconómica familiar. Esta conducta también se hace presente al iniciar otro emprendimiento por parte de uno de los integrantes de la unidad familiar, generalmente porque algún hijo decidió casarse. Si alguno de los integrantes de la unidad familiar decide no estudiar, entonces también se le ayuda. Esto nos indica que la concepción de la división del trabajo entre los integrantes de la unidad socioeconómica familiar, bajo su forma de ayuda mutua, es aquella que conlleva el aspecto emotivo y valorativo. Dice Velázquez (2012), el amor y el respeto se constituyen en el eje que genera y mantiene las relaciones sociales y que a la vez las hace visibles y empíricamente observables.

Good, citado en Velázquez (2012), sostiene que una persona se define por el trabajo que realiza, por cómo trabaja, en qué trabaja, y por lo que produce. Su ser se expresa y se conoce por todas sus acciones, y por los frutos de su trabajo en un sentido amplio. En este

contexto sociocultural, el trabajo mismo y los beneficios del trabajo se socializan —siempre se comparten con otros— y a la vez que da, cada persona también recibe los beneficios de los esfuerzos de los demás. La vida de una persona, y su identidad social, se construyen en este contexto de trabajo que realiza, comparte y recibe con otros seres humanos. (Good, 2008, citado en Velázquez, 2012) El derecho básico de los integrantes de esta unidad a participar en el colectivo está referenciado a ser sujetos de ayuda, por pertenecer al grupo familiar, por lo que es de entenderse que los demás integrantes asumen la responsabilidad de ayudar a sobrevivir. Ello implica que la principal obligación como integrante de la unidad familiar es proporcionar ayuda a quienes se la soliciten. En este sentido, lo que constituye y delimita al grupo familiar es el hecho de que todos los miembros realizan actividades en conjunto, producen, desempeñan sus obligaciones aportando esfuerzo-trabajo al emprendimiento.

Esto nos conduce a entender la ayuda mutua en las unidades socioeconómicas como una figura de don, como una forma económica de intercambios entre agrupaciones sociales fundadas en la simetría y en la horizontalidad de las relaciones económicas y de poder. Vista de esta manera, pasa a ser una figura de relaciones socioeconómicas y solidarias diferente a la planteada desde lo mercantil, con lógica y racionalidad diferentes porque se basan en relaciones de contigüidad entre integrantes de grupos primarios como la familia o la comunidad o el barrio. Como señala Godelier, citado en Velázquez (2013), el donar instituye una doble relación entre el que dona y el que recibe. Una relación de solidaridad, ya que el donante comparte lo que tiene, o lo que es, con aquel al que dona, y una relación de superioridad, ya que el que recibe el don y lo acepta contrae una deuda de reciprocidad con aquel que se lo ha donado.

En el trabajo de campo de esta investigación se obtuvo información acerca de la organización del trabajo, de cómo se diseñan diversas estrategias familiares, de cómo al interior de la familia se incorporan relaciones solidarias de apoyo, de ayuda mutua en el interior de la unidad doméstica, esto en cuanto a las diversas actividades que se realizan en el emprendimiento familiar. Los testimonios que recogimos arrojan información interesante respecto a cómo apareció del negocio familiar, cómo se construye la solidaridad como ayuda mutua en la operación del emprendimiento familiar, es decir, sobre un conjunto de

estrategias familiares que nos arrojan luz sobre las características objetivas de la unidad socioeconómica familiar. Se puede observar el perfil de las unidades familiares, cómo al interior de estas se da la incorporación de los integrantes de la familia a las diversas actividades que se practican en el emprendimiento familiar, lo cual nos permite afirmar que la familia es fundamental en ciertas formas de la división del trabajo al hacer de esta una actividad con un alto contenido de elementos solidarios.

Finalmente, la observación realizada nos permite conocer sobre el perfil de la unidad doméstica respecto a la ayuda que se ejerce dentro de ella, en el sentido de cómo participa en las diversas actividades económicas que se practican en el emprendimiento familiar y cómo se colabora en algunas actividades estratégicas que están insertadas dentro de la familia. Así, a través del cuestionario longitudinal, respondido por estudiantes universitarios, se tiene una imagen cercana de la unidad socioeconómica familiar reconstruida desde la perspectiva de uno de sus integrantes.

4.5. EL TIANGUIS Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR

4.5.1. La Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de frutas y verduras: el caso de la familia de la Señora Lourdes.

Hemos insistido a lo largo de la investigación que el tianguis se nos presenta como una forma de cooperación solidaria que lejos de generar individualismo y/o egoísmo, genera cooperación y reciprocidad al interior de la unidad socioeconómica familiar, bajo la forma de emprendimiento doméstico familiar que tiene como expresión inmediata la solidaridad manifiesta en mecanismos de ayuda mutua. De esta forma, el tianguis basado en esa unidad socioeconómica satisface las necesidades de los individuos que forman esa familia y estimula prácticas de economía popular solidaria en las familias como unidad socioeconómica familiar.

En base a esta idea central presentamos a continuación el caso de la familia de la señora Lourdes que nos da luz sobre este argumento. La señora Lourdes nos relató que sus papás vendían comida en el municipio de Río Frío del Estado de México, por los años sesenta del siglo pasado. Posteriormente, en la década de los setenta, en el municipio de

San Martin Texmelucan, en el estado de Puebla, su familia adquirió por primera un puesto vez en el mercado "Domingo Arenas" de este último municipio. De tal manera que la señora Lourdes empezó a trabajar como comerciante desde los diez años. Actualmente tiene sesenta y siete años; se casó en los años setenta, y por azares del destino su esposo también era comerciante. Señala Doña Lourdes:

"empezamos en el negocio como desde el año de 1979. Hasta ahorita estamos trabajando todos mis hijos, Toño es el único que sigue en el comercio porque los otros dos ya no. Felipe mi esposo ya falleció. Él ya era la tercera generación de comerciantes, sus abuelos paternos y maternos eran comerciantes... Mis hijos comenzaron a trabajar conmigo, pero ahora sólo uno de ellos, Toño me apoya, los otros dos ya no les gustó. Mi hijo Toño es la cuarta generación de comerciantes, ahorita que fueron los 100 años del mercado "Domingo Arenas" él fue parte de la comisión y cuarta generación a cargo. Hugo, el hermano de mi esposo, también se dedica al comercio y sus hijos a veces lo ayudan porque ellos ya se dedican más a sus carreras, entonces recurren a contratar jovencitos que busca trabajo, por ejemplo, cuando están en periodos de vacaciones escolares, o los que ya sostienen un hogar y vienen y dicen que quieren trabajar y pues los ayudamos, les damos trabajo".

La familia de la señora Lourdes se ha especializado en la venta de frutas y verdura en los tianguis de San Martin Texmelucan, Huejotzingo, y Calpan, todos con mucha demanda en el sector popular. Es importante mencionar que la familia se ha subdividido en pequeños grupos familiares que se han formado con el fin de tener más de un punto de venta para conseguir mayores ingresos, integrándose en el circuito mercantil, y han establecido una inserción laboral con base en complejas divisiones de género e integrando varias generaciones en el que algunos integrantes de la familia tienen más peso y poder de decisiones que otros.

Actualmente, la familia de la señora Lourdes vende en los tianguis de San Martin Texmelucan y Huejotzingo. El trabajo que realizan en esos tianguis está conformado por integrantes de la familia nuclear y extensa, donde a lo largo de los años han convivido distintas generaciones. Es importante destacar cuatro elementos fundamentales que han permitido sostener el negocio familiar en los tianguis. El primero se refiere al continuo

aprendizaje del trabajo que se realiza en el tianguis. El segundo elemento tiene que ver con las formas en que fueron adquiridos los puestos, uno de los cuales se dio a través de donación por parte del municipio de San Martin Texmelucan, y para el puesto que mantienen en el municipio de Huejotzingo lo obtuvieron a través de una transferencia por parte de los suegros. Un tercer elemento lo conforman los diferentes roles de género que se asumen a través de la división del trabajo. Y un cuarto elemento está conformado por el capital económico y social que han logrado acumular a lo largo de años de continua actividad en los tianguis. Estos cuatro elementos son la base para mantener la existencia del emprendimiento familiar, así como la propia reproducción material e inmaterial del grupo doméstico.

La labor de enseñanza y aprendizaje que se lleva a cabo en los tianguis ha estado vinculado a la venta de frutas y verduras. A partir de ello han experimentado diversas fases de expansión de la unidad socioeconómica familiar, donde cada integrante del grupo familiar ha participado en las diferentes actividades económicas familiares. Dicho aprendizaje se ha generado a partir de las acciones realizadas de forma individual y grupal, así como los valores y cosmovisiones al interior del grupo familiar. De tal manera que cada uno de los integrantes del grupo familiar fueron adquiriendo ciertas destrezas y conocimientos esenciales para involucrarse en el negocio de la venta de frutas y verduras. Dice la señora Lourdes al respecto:

"..pues en primera hay que llegar y enseñarles a descargar, cómo descargar todo, poner tablas y bancos para poner todo, decirles tiende acá esto tiende acá esto otro aquí va esto y ya se van fijando los chiquillos. El que ahorita viene a ayudar tiene diez años y bien activo el chiquillo. Su mamá no tiene recursos para darles y van a la escuela, pero en las tardes en la escuela abierta. Entonces ellos trabajan en la mañana, y yo lo tengo toda la semana aquí y el domingo descansa el niño… ellos llegan no sabiendo nada y aquí aprenden, ellos solitos van aprendiendo, con uno de la mano".

Dichas destrezas y conocimientos estuvieron en función de la producción y posterior venta del producto, donde se utilizaron diversas estrategias para la venta que incluye el precio y el trato hacia los clientes, que también forma parte del aprendizaje adquirido en el tianguis. Doña Lourdes nos dice que:

"Yo digo que el carácter, yo por lo menos ponerles buena cara porque si la ven a uno con su cara no pues no le compran a uno. Yo cuando llegan pues que ya les ofrezco, que si no quieren esto o aquello, a veces cuando estoy estresada llegan y me dicen que ahora ando enojada y les digo que no, es que ya me conocen que siempre les digo qué van a llevar, qué les doy o cualquier cosa, y cuando ya me terminaron de comprar y ya se van les doy una fruta, ajos o cualquier cosa para que vuelvan a regresar. Anteriormente mi estrategia era, cuando empezaron las bolsas, porque antes no había bolsas siempre llevaban la canasta o bolsa de tejida y entonces había que echarles todo en la canasta, pero luego no les cabían sus cosas y entonces yo les regalaba una bolsa de plástico de esas rayadas que comenzaron a salir, y esa fue mi estrategia de vender. Mi esposo me decía tú regalas mucho y yo le decía que no porque del mismo puesto salía, o sea de ellas mismas salía. Por ejemplo, si el kilo de ajos me cuesta ochenta pesos y lo estoy dando de a cien, pues con que les regale un ajo no me cuesta porque de lo mismo que me están comprando sale y pues yo les regalo que la cebolla o el ajo, y eso mismo hace que regresen. Me comentó una señora que ya no volvía a ir al mercado y le pregunte por qué y me dice que todo bien feo, caro y que le despachaban de mal modo, y entonces le comentó a su esposo que mejor venía a comprar conmigo porque yo hasta su fruta le doy, o sea porque a veces le pongo una bolsita con tres o cuatro tunas para que se las coma en el camino, porque ellos vienen de Calpan, y entonces se va muy agradecida. Entonces yo le digo a mi esposo que hace falta que atiendan así y yo siempre he sido así, también mi suegra me decía que regalaba mucho, pero yo decía no, yo así soy y así voy a hacer siempre, por eso siempre los clientes dicen que vienen conmigo, a veces les pelo un mango mientras los despacho".

La Unidad Socioeconómica familiar también se apropió de un conocimiento explícito, racional y sistemático por parte de cada uno de los integrantes de la familia. Encontramos que los hijos de doña Lourdes —Anayanci, Antonio, René y Miguel— tienen un grado de escolaridad formal, lo cual ha sido aprovechado por la unidad socioeconómica. Al respecto esto nos comparte la Señora Lourdes cuando se le preguntó si sus hijos tenían algún estudio:

"…mis hijos sí, porque yo no quería que siguieran en el tianguis porque yo sé que es pesado, pero hay veces que no les gusta estudiar pues tiene que seguir en el comercio, y

algunos sí quieren salir adelante y retoman su carrera…Del tianguis sacamos todo, como yo les digo a mis hijos, del comercio hemos sacado todo, casa, todo. Mi hijo René es Protesista Dental, eso fue lo que él quiso estudiar. Un año le dijo a su papá que estaba cansado de estudiar, que ya no quería, y entonces su papá estuvo de acuerdo que fuera al mercado y le dio un lugar en el mercado, pero no pudo y se salió de vender. Mi esposo le puso el puesto y mi hijo iba para abajo, no hizo nada. Entonces mejor siguió el estudio y ahora ya tiene su propio laboratorio, porque trabaja por su cuenta, es independiente. Toño no quiso estudiar, cuando nos dimos cuenta ya no iba a la escuela ni nada y ya está en el comercio. Mi hija Ana estudió Trabajo Social, pero como le daban una plaza hasta Cuetzalan su papá no quiso porque eran rancherías y estaba lejos, y mejor le compró un puesto y está en el mercado. Pero ahora ya se arrepiente porque el trabajo de nosotros es todo el día y no tenemos descanso, porque si no vamos a vender la mercancía se nos echa a perder, así es el comercio".

La familia de la señora Lourdes adquirió el puesto en la década de los años setenta del siglo pasado. Nos comenta al respecto que:

"empezamos desde abajo con un cuadrito de dos por dos metros, y en ese cuadrito vendíamos la mercancía. Yo cuando llegué veía a los compañeros de enfrente tener dos o tres puestos y yo decía que a ver cuándo yo podré tener así y vender como ellos. Hay personas que ya se retiraron porque vendieron su puesto. Una de ellas era la que vendía junto a nosotros y nos vendió cinco cuadros completos que nos costaron en ese tiempo diecisiete millones. Alguna vez pensamos en vender algunos cuadros pero mejor no vendimos porque decíamos que si alguno de mis hijos no quisiera estudiar pues allí tendría para vender y así pasó porque mi hijo Toño ya no quiso estudiar…Mis suegros, en el Mercado "Domingo Arenas" en San Martín tenían un cuadrito nada más, un cuadrito que el Municipio les asignó cuando hicieron el mercado. Y de ahí nosotros pues nos lo dejó y ya adquirimos en el mercado doce cuadros, que ahorita tiene seis Toño y seis mi hija Ana que también es comerciante. El espacio que le asignaron a mi suegro me lo prestaba seis días y el martes me lo quitaba, para que él llegara ese día a vender porque vendía en otros tianguis como Cholula, y aquí en Huejo… Finalmente mis suegros se retiraron y ya nosotros nos quedamos ahí".

Con la adquisición del puesto empezaron a formar su pequeño capital económico, que consistió en la propia adquisición del puesto, sillas, lazos, lonas, tablas, tubos, taras y demás herramientas, hasta una camioneta con capacidad de tres toneladas. El trabajo en los tianguis les ha permitido formar su patrimonio familiar. Nos comenta doña Lourdes que:

"pues no teníamos nada. Íbamos a construir, pero mi suegro nos dijo que le buscáramos porque eso iba a ser de sus hijos y pues empezamos a ahorrar para comprar el terreno, luego hacer un cuarto, otro cuarto y así. A lo mejor no tenemos un palacio, pero pues tenemos donde vivir y todo ha sido del comercio o de otro lado, porque no hemos hecho otra cosa más que trabajar en el comercio".

De forma paralela, la familia fue acumulando capital social que ha consistido en la construcción de redes sociales de amistad que se han establecido de generación en generación, lo cual los ha beneficiado en el ámbito económico, político y social. En este último aspecto la señora Lourdes nos manifestó que:

"El padrino de bautizo de mi hijo Toño es compañero del mercado, con los demás igual teníamos amistad y nos llevamos bien sin pelear, convivíamos, nos invitaban a su casa, los invitábamos a la nuestra y así, pero hasta la fecha veo personas que yo conviví con ellas en el mercado y todavía nos hablamos, aunque ya no convivimos, pero nos seguimos hablando. O sea, es como la familia, ya nos vemos como familias, nos cuidamos y nos ayudamos. Por ejemplo, yo críe a mis hijos en el mercado, llegaban de la escuela y se iban para el mercado y ya llegábamos todos a la casa. Por ejemplo, mis hijos allá en el Mercado "Domingo Arenas" había una guardería, los llevábamos a la guardería y los íbamos a recoger y entonces en el mercado los niños se conocen, andan jugando… A veces sí se casan entre ellos porque se conocen desde niños jugando, y les daba después por el noviazgo y también se hacían algunas relaciones de compadrazgo".

En efecto, entre la familia de la señora Lourdes se han utilizado vínculos parentales y lazos de amistad con otras unidades familiares, lo cual se vuelve un mecanismo fundamental para entender el complejo entramado de ayuda y favores, así como de normas y obligaciones que se presentan al interior de la unidad socioeconómica familiar. Comenta la Señora Lourdes:

"Pues mis hijos iban a la escuela, regresaban y nos empezaban ayudar a trabajar, se ponían a vender. Ya después pues empezaron a tener su carrera. Por ejemplo, mi hijo René y Miguel también tienen carrera, pero ya adquirió un puesto de ropa porque sabe que el comercio da dinero…. A veces los parientes también vienen a ayudar. Mi cuñada Julia vino a hablar con nosotros para que su hijo Juan trabajara con nosotros los fines de semana y pudiera tener dinero para sus pasajes y otros gastos para sus estudios y fuera un apoyo… Aquí en el tianguis pues nos ayudamos a veces con préstamos, por ejemplo, cuando nos hace falta mercancía nos prestan y después se los devolvemos, nos apoyamos unos a otros, no tenemos pleitos".

Aquí tenemos que se establecen una serie de relaciones sociales de ayuda mutua y de identificación grupal, situaciones que también nos permiten explicar los vínculos permanentes que se establecen entre el origen y destino de personas, mercancías y recursos, lo cual tiene una serie de funciones solidarias. La movilización de personas y recursos está íntimamente vinculada a la pertenencia del grupo familiar tianguista, al hecho de que los integrantes de la familia comparten un origen común. Esto nos lleva a entender el enfoque del grupo familiar que adopta una organización familiar enfocada al trabajo, lo cual implica necesariamente una participación laboral de todos los integrantes del grupo familiar para alcanzar la reproducción material e inmaterial de sus integrantes.

El comercio que se practica en los tianguis se tiene que reconocer que dicha actividad se caracteriza por un alto contenido político. Las relaciones políticas que ha tenido la familia de la señora Lourdes han consistido básicamente en la distribución y uso del espacio, las relaciones entre los actores involucrados en la unidad familiar y sus familiares, los líderes de las organizaciones del comercio en el tianguis, las autoridades municipales, los partidos políticos, los comerciantes establecidos, así como los habitantes de las zonas aledañas al tianguis. El tianguis muestra una compleja red de relaciones entre autoridades y líderes de comerciantes. Nos comenta la señora Lourdes que la relación que han mantenido con las autoridades municipales ha sido cordial:

"Pues depende, con algunas bien, pero por lo regular casi no. Es que luego, a veces se quieren pasar. Como les decimos, ustedes van a estar tres años nada más como autoridad, ahorita están en el poder ustedes y nosotros siempre vamos a ser comerciantes. Ellos por

tres años van a estar sobre uno por eso cuando se quieren pasar eso es lo que les decimos"… Al municipio le damos una cuota, ahorita nada más quince pesos por metro y depende del puesto que tenga uno, si el puesto es grande entre treinta y cuarenta pesos. Cada ayuntamiento trae su cuota, cada que entran nuevos tienen su cuota, aparte debemos darle al líder, porque cada calle tiene su líder"…Ahorita estamos en una organización que es la que responde por nosotros ante el Municipio, por ejemplo, las calles tienen líderes, son varios y esos son los que se entienden con el ayuntamiento. Por ejemplo, la fiesta del 15 de septiembre que si van a traer mariachi pues hay que cooperar para el mariachi, y para todo lo que la presidencia quiere no se dirige con nosotros, se dirige con los líderes y ellos con nosotros, son los intermediarios. También ellos ponen la cuota, porque aparte es la cuota para el ayuntamiento y aparte para ellos. Aquí en Huejo es barato, en San Martín es caro porque allí la cuota con los líderes está de doscientos o trescientos pesos…Si queremos vender nuestro puesto, lo podríamos vender, pero por medio del líder porque el que compra tiene que darle participación al líder, porque tiene que saber que va a cambiar de dueño el puesto. O si lo queremos rentar también se puede, pero todo es por medio del líder, él tiene que estar enterado".

En el negocio de la señora Lourdes observamos que los roles de género se manifiestan en términos de la funcionalidad del comercio en el tianguis, a partir de asignar las diversas tareas. A las mujeres se les asignan las tareas del hogar y el cuidado de la familia —asear la casa, hacer la comida, el cuidado de adultos mayores y de niños pequeños, entre otras actividades—. Las tareas asignadas a los hombres por lo general se encargan de las actividades más pesadas. A pesar de tener una diferenciación por género, la familia Juárez asigna tareas tanto a las hijas como a los hijos, y se les indica estar al pendiente del puesto de frutas y verduras. Las mujeres realizan el acomodo de la mercancía, pues se dice que se requiere del toque femenino para exhibir la variedad de frutas que ofrecen. Los hombres son los que se encargan del armado del puesto. Dice la señora Lourdes:

"Los hombres son los que descargan la mercancía y todo, y las mujeres somos las que acomodamos la mercancía y despachamos, aunque a veces también ayudamos a descargar cosas menos pesadas. Lo más pesado los hombres y lo menos pesado nosotras… La

mercancía la traemos de la central ya seleccionada, después ya cada quien sabe cómo irla acomodando, ya cada quien agarra su mercancía por ejemplo alguien acomoda manzana alguien otra fruta, yo, por ejemplo, me decía mi esposo, tú vas a sacar jitomates, que era los más fácil, o ponte a hacer esta otra cosa que no está pesado, así a cada quien se le va asignando las cosas. Las tareas son siempre lo mismo, como dice le dice mi hijo Toño al chiquillo, mira siempre es lo mismo, nada varía, es llegar, descargar, tender, despachar, atender bien al cliente, levantar. Es la misma rutina de siempre, ya se la sabe uno…. Ya uno ya sabe lo que le toca. Por ejemplo, aquí unos están despachando y enfrente hay otro puesto chiquito y allí uno solo tiene que estar viendo, cada quien está pendiente de lo que debe hacer. Si se va terminando alguna fruta hay que poner más, ya sea el plátano, la manzana, etc., para que el puesto esté siempre lleno, que no le falte nada. Por ejemplo, unos están del lado de la fruta y otros del lado de las legumbres".

De esta manera la familia Juárez fue construyendo su propia identidad de género, lo que propició que cada integrante de la familia estuviera en condiciones óptimas para sostener el negocio de la venta de fruta y verduras. Los roles de género, que de cierta manera se establecieron bajo condiciones de desigualdad, dieron pauta para definir tareas específicas en el hogar y en el negocio. Esta lógica de funcionamiento propició una funcionalidad para el trabajo que se lleva a cabo en el tianguis, debido a que cada integrante se le asignó una tarea específica. No obstante, se observa una mayor carga para la mujer ya que esta desarrolla el doble de activades en la esfera del trabajo en el hogar, así como en el tianguis. Comenta Doña Lourdes que:

"Los hombres vienen cansados casi siempre, y uno pues también, pero hay que prepararles de cenar, la comida y llevar desayuno, y cuando no da tiempo pues lo que Dios socorra en el tianguis, que los tacos, los tamales lo que pase, allí se come de todo… Mi esposo antes se iba a la central regresaba y se iba al vapor porque se sentía muy cansado y uno pues a hacer las tareas del hogar".

La familia Juárez, en el tiempo que lleva trabajando en los tianguis, ha logrado establecer vínculos de amistad en torno a la actividad comercial, y con ellos una serie de negociaciones para mantener su trabajo en los tianguis, los cuales se han ampliado y fortalecido a lo largo del tiempo. Es importante señalar que los vínculos de amistad en la

actividad comercial se caracterizan por ser exógenos al seno familiar, los cuales se materializan en una red laboral que conlleva derechos y obligaciones, lo cual se conformó como un elemento que posibilito la consolidación del comercio de frutas y verduras por parte de la familia Juárez en los tianguis. Los vínculos comerciales familiares son de carácter endógeno a la unidad socioeconómica familiar. Esto se debe a que las interacciones que operan bajo la lógica de organizar la reproducción de la unidad, con el fin de satisfacer las necesidades de cada integrante, conllevan a rebasar las relaciones de parentesco ya que puede o no existir vínculos consanguíneos.

El tipo de relaciones familia-comercio que observamos en la familia Juárez queda caracterizado por el ciclo vital familiar. Este ciclo se presenta en tres etapas. En primera instancia acontece el compromiso conyugal, se contrajeron nupcias con sus posteriores ajustes, por lo que el matrimonio que se formó procede de familias que se dedican al comercio en los tianguis Dicho matrimonio engendró cuatro hijos, esto es el ensanchamiento del grupo familia. Posteriormente se presenta una ramificación del núcleo familiar, lo cual se presenta cuando los hijos deciden formar su propia unidad doméstica, sin dejar el núcleo familiar de origen. Finalmente se da un reemplazo generacional, situación que tiene que ver con el envejecimiento y muerte de los padres.

En efecto, cuando Felipe y Doña Lourdes decidieron formar su matrimonio, con ello conformaron su propia unidad doméstica. Su base económica se forjó en la venta de fruta en el tianguis, negocio que había sido planeado y puesto en funcionamiento por los padres del señor Felipe. Los hijos fueron incorporados desde pequeños a las diversas actividades que demandaba el negocio de fruta, de tal manera que cada integrante de la familia Juárez desempeña las tareas laborales que les son asignadas, lo cual permite el funcionamiento adecuado del negocio. Esto a su vez implicaba la reproducción económica del grupo familiar, porque de esta manera se lograba obtener un ingreso económico. Es así como nos enfrentamos a una complementación de la relación familiar con una relación laboral, ya que con el involucramiento de los integrantes de la familia a las actividades del negocio se establece esta relación laboral. En ese contexto, los hijos obtuvieron un conjunto de aprendizajes que posteriormente los llevó a establecer su propio negocio en los tianguis del circuito mercantil. Con la ramificación del grupo familiar, los hijos de Don Felipe y Doña

Lourdes formaron sus propias unidades domésticas y cada uno ha establecido su propio negocio, aunque es pertinente mencionar que sólo se amplió el puesto de fruta y verduras.

En cuanto a la forma de organización laboral, la familia Juárez, para llevar a cabo el trabajo en el tianguis, encontramos que cada uno de los integrantes lleva a cabo funciones específicas que fueron asignadas a partir de los conocimientos adquiridos en el negocio de frutas y verduras. La mamá, Doña Lourdes, contaba con conocimientos en la venta en el tianguis, ya que estos le fueron transmitidos por su familia de origen, por lo que ya contaba con el conocimiento previo de cómo se daban las relaciones socioeconómicas dentro del tianguis, en particular con los administrativos del mismo tianguis. Así también, Don Felipe era el encargado de administrar el dinero: era él quien determinaba la variedad de fruta que se vendería y a qué precio. Paralelo a ello, Doña Lourdes, en su lugar de trabajo, realizaba tareas de cuidado de los hijos y del esposo, de tal manera que el rol de género se marcó y permaneció a lo largo del tiempo. Don Felipe, esposo de doña Lourdes, asumía ciertas responsabilidades ayudando en las tareas más pesadas que implican instalar el puesto de frutas y verduras. Los hijos, realizan tareas que les delegaba Doña Lourdes, las cuales consistían en acomodar la mercancía para ser exhibida y así iniciar las ventas en el tianguis. Los hijos también en tareas como limpiar el área que se ocupa, esto en el momento de retirar el puesto. Todo lo cual nos permite afirmar que la familia Juárez está plenamente incorporada al emprendimiento familiar, ayudando en las diversas actividades que se requieren en el negocio.

Como antes se mencionó, la familia Juárez se ha especializado en la comercialización de fruta y verduras, en donde, según se pudo observar, se mantiene una división intrafamiliar del trabajo. Estas tareas laborales de economía popular solidaria se llevan a cabo a partir de mantener los roles de género que es lo que define las funciones, los comportamientos, así como los diversos ámbitos de acción determinados por las diversas pautas culturales que practica la familia en función de cada sexo. Es así como podemos caracterizar la lógica de funcionamiento de los roles a partir de la división intrafamiliar del trabajo, lo que nos lleva a precisar actividades tanto económicas como domésticas, las cuales se traslapan permitiendo un funcionamiento óptimo del negocio. En efecto, la participación económica de la familia Juárez se concentró en el tianguis, lo que les dio

cierta peculiaridad como trabajadores tianguistas —definir horarios de trabajo, actividades específicas y descansos flexibles— lo que hace diferente esta actividad de otras ocupaciones laborales. Como antes se dijo, la actividad comercial que se efectúa en el tianguis del municipio de Huejotzingo se desarrolla los sábados. Al respecto, Doña Lourdes nos comentó:

"Los hijos cuando llegan de la escuela les iban a ayudar a vender. René ya tiene su carrera, Miguel tiene su puesto de ropa él ya tiene su carrera, pero como sabe que el tianguis da dinero pues ya puso un puesto de ropa. Los primos vienen a ayudarnos también".

Esta dinámica familiar y laboral que desarrolla la familia Juárez nos da luz sobre cómo se encuentra involucrada toda la familia en las diversas actividades del negocio en el tianguis, mostrando a la vez la existencia de la ayuda en un contexto de economía popular solidaria. En consecuencia, la unidad socioeconómica familiar realiza su trabajo bajo formas de ayuda mutua, y, paralelo a ello, se ponen de manifiesto los roles de género que hacen posible funcionar los engranajes de la unidad socioeconómica familiar que sustenta el trabajo solidario en el tianguis.

Las actividades descritas se establecen mediante el diálogo practicado en la unidad socioeconómica familiar en función del género. Dentro de esos acuerdos familiares podemos encontrar un elemento que no se dialoga, sino que simplemente se asume: el rol que desempeña la madre como proveedora de los alimentos, así como el cuidado de los integrantes del núcleo familiar, mientras que Don Felipe asumió su rol masculino que le llevó a hacerse cargo de las actividades de rol masculino, como cargar cosas pesadas —tubos, cajas de fruta, entre otros— lo que nos da una visión en el sentido que las actividades desarrolladas en el puesto están asignadas por su condición de género.

Respecto a las habilidades en la venta encontramos que la familia Juárez vinculó genero con habilidades. Observamos que doña Lourdes se encarga de establecer diálogos con la clientela del sexo femenino para mostrarle la fruta. Por su parte Don Felipe se encargaba de vincularse con los clientes del sexo masculino, los clientes se acercaban a preguntar sobre el precio de las frutas y él ofrecía toda la información al respecto y era él

quien se encargaba de esa venta. Está estrategia de ventas permitía a la familia Juárez obtener la mayor posibilidad de ventas.

4.5.2. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de ropa: el caso de la familia Gómez.

Fue a principios de la década de los noventa que la familia Gómez adquirió su puesto en el tianguis de Huejotzingo, a partir de una reubicación que ordenó el Ayuntamiento de dicho municipio. Patricia, hija del matrimonio del Señor Valentín y Doña Lupita, nos comenta que:

"El puesto nos lo vendieron, en ese entonces estaba de presidente el Señor Francisco Alonso quien tuvo la inquietud de formar el tianguis. Platicamos con él fuimos muchísimas personas, estuvimos pidiendo firmas que nos apoyaran para que se pudiera poner el tianguis. Hubo la oportunidad de que nos dieran la calle, pero se tuvo que hacer un acta constitutiva del tianguis. Ahorita los que han entrado, y los jóvenes que han venido a formar parte de la organización como cabeza, ellos no saben, ellos se van por lo que dice el que está en la Presidencia, pero hay un Acta constitutiva y esa Acta se fue hacer hasta Atlixco. Ellos la hicieron y está constituido el tianguis. Posteriormente él —Francisco Alonso— nunca nos vendió un puesto, nos dijo que como casi todos éramos parte de Huejotzingo se nos iba a rifar los puestos. Toda la gente que vino de los municipios cercanos a formar parte del tianguis se les dio lugar. Hasta la fecha hay gente que todavía viene a vender y ahora ya se dedican a vender un puesto o si quieres el lugar te lo venden, pero antes no. La generación de las personas adultas ya son muy pocos los que están o que vivan. De los que iniciaron el tianguis muchos ya fallecieron".

El emprendimiento de la familia Gómez se especializó en la venta de ropa. Observamos que la organización que generan para el trabajo en el tianguis implica un completo involucramiento de la familia, donde los roles de género que se practican se ponen de manifiesto en términos de la operatividad del comercio, de manera particular para la distribución de las actividades que se asignan a cada uno de los integrantes del grupo familiar se toma en consideración, como criterio, el conocimiento de las habilidades y

destrezas que poseen cada integrante del emprendimiento familiar, lo que propicia un buen funcionamiento del negocio. Patricia manifiesta al respecto lo siguiente:

"Nosotros llegamos al mercado el sábado porque es un día a la semana. Nos organizamos, unos ponemos el manteado, la lona, la estructura, otros acarrean la mercancía y generalmente ya nosotros nos dedicamos a acomodar la mercancía y a vender, llamar a la gente para que se acerque a adquirir los productos que vendemos. Posteriormente en la tarde-noche igual nos coordinamos todos: unos acarrean, otros empacan, otros forman y todos en grupo, la familia, los sobrinos. No todos mis hermanos participan, pero mi mamá aún está también ahí en el puesto con nosotros acompañándonos… nosotros no somos de las personas que cuando llegan los muchachos inquietos, y que lleguen nada más de ociosos. A veces llegan los sobrinos a pedir trabajo y se los damos pero que trabajen, que no anden de flojos, y es preferible que vayan a trabajar a que anden de vagos. A veces yo los invitaba y sí llegaban varios a trabajar".

La familia Gómez establece una división intrafamiliar del trabajo. Esta división laboral la llevan a cabo a partir del involucramiento de cada uno de sus miembros, sin que tome mucha forma el rol de género debido a que en su mayor parte la familia está conformada por mujeres, lo que termina por definir las funciones y los comportamientos de cada uno de los familiares, así como los diversos ámbitos de acción establecidos por las pautas culturales que se efectúan en el seno de la familia. De la naturaleza de esta lógica de funcionamiento de los roles de género se mantiene cierta peculiaridad al tratarse básicamente de trabajo femenino. Esto nos permite mostrar que la división de tareas se encuentra concentrado en el género femenino, de tal manera que nos lleva a dilucidar que dichas actividades pasan por definir el carácter económico y social que, combinado con las actividades domésticas, propician un adecuado funcionamiento del emprendimiento familiar. La colaboración en el trabajo de la familia Gómez se concentró en el tianguis, lo que pone de manifiesto una peculiaridad como trabajadores en dicho espacio: propicia la definición de horarios de trabajo, actividades específicas y descansos flexibles, lo cual difiere de otras ocupaciones laborales típicas, que suelen mostrar poca flexibilidad. Doña Paty nos comenta:

"De los esfuerzos que hacemos con el trabajo, aguantando desveladas, fríos etc. Nosotros trabajábamos de lunes a lunes no había día de descanso, todos los días era ir a vender desde las cinco de la mañana hasta la once de la noche. De lunes para martes nos íbamos en la noche a San Martín y regresábamos el martes a las siete de la noche. El horario te lo pones tú como te acomode, es muy flexible y te sientes capaz de hacer tu negocio y hacerlo crecer. De ahí le di estudio a mi hija, he hecho cosas del puesto, y también para la cuestión de la salud. Todo sale de allí mismo, las máquinas que con esfuerzo hemos adquirido han sido del mismo trabajo".

Esta forma de organización del trabajo familiar solidario que desarrolla la familia Gómez nos muestra cómo se encuentra involucrada la familia en las diversas actividades en el tianguis, mostrando la existencia de la ayuda mutua. En consecuencia, la unidad socioeconómica familiar de la familia Gómez está en función de su trabajo como ayuda mutua y solidaridad.

La operatividad de los roles de género en el emprendimiento familiar se manifiesta a través de dos mecanismos: delegar funciones y mostrar habilidad en las ventas. En el negocio de ropa, la familia Gómez asigna a cada integrante una función específica. En el caso de la familia Gómez, las actividades descritas no se establecieron con un criterio de género, aunque sí por medio de un diálogo entre los integrantes del grupo doméstico. Dentro de este diálogo que se da en la unidad doméstica podemos encontrar un elemento que no se dialoga, sino que simplemente se asume: el rol que asume la madre como proveedora de los alimentos, así como el cuidado de los integrantes del núcleo familiar. A su vez, Don Valentín, ya finado, asumía su rol masculino que le implicaba hacerse cargo de las actividades masculinas como cargar los tubos, bultos de ropa, entre otros. Respecto a las habilidades adquiridas para la venta encontramos que la familia Gómez ha vinculado el género femenino con esas habilidades. Con dicha combinación, observamos que doña Lupita se encarga de establecer diálogos con la clientela del sexo femenino para mostrarle la ropa que está de moda, así como de exhibir y ofrecer las diferentes tallas y colores para su venta, también se encargaba de mostrar la ropa para niño, cosa que también las hijas, Laura y Patricia, realizaban con mucha destreza.

De manera tradicional las mujeres de mayor edad asumen las tareas del hogar y el cuidado de la familia. En el negocio de la venta de ropa, las actividades que se realizan tienen una asignación poco clara, debido a que todos los integrantes pueden realizar las tareas que se requieren para poner en funcionamiento el puesto. Sin embargo, los hombres por lo general se encargan de actividades como el acarreo de la mercancía hasta el puesto. Los menores en edad escolar apoyan a la familia en horarios libres de la escuela, ayudan en hacer las cuentas de las ventas y ofrecen mercancías, aprendiendo el oficio de los padres, tratando de memorizar precios y observando las diferentes estrategias de venta. Comenta Patricia que:

"Mi estrategia consiste en ponerle buena cara al cliente, aunque vayas muy enojada, con dolor de estómago, debes sonreír al cliente, aunque te haga sacar veinte pares de zapatos y no vendas, ni modo hay que acomodar y volver a llamar a la gente, porque la gente a veces es muy difícil de atender, pero si le das buen trato se va y regresa contigo. Tengo muchos años en el tianguis y la gente, aunque no te compre y se vaya regresa. Siento que no seré una buena vendedora, pero sí una buena amiga para la gente porque los niños todos son mis amigos cuando pasan frente al puesto me saludan, porque a veces cuando vienen con niños a comprar y lloran los niños porque no se quieren medir los zapatos los convenzo platicándoles cosas agradables. Busco la forma de agradarles porque mis clientes son los niños. Cuando ya son jóvenes a veces aún me recuerdan porque en mi puesto su mamá les compraba sus zapatos y me saludan, eso es muy agradable. A veces los clientes piden zapatos o cobijas que les vendimos hace años y ya no las hay, pero aún los recuerdan, se sienten contentos por el trato que les damos".

A pesar de tener una débil diferenciación de las tareas por género, la familia Gómez asigna actividades tanto a las hijas como a los hijos. Con frecuencia su principal tarea consiste estar al pendiente del puesto de ropa. Las mujeres realizan el acomodo de la mercancía, pues se requiere del toque femenino para exhibir las diversas prendas, los hombres y mujeres por igual se encargan del armado del puesto.

"Nosotros lo llamamos 'englobar' porque nosotros vendemos por ejemplo ropa de bautizo y aunque llegue la señora con el niño, cuando se acerca la atiende cualquiera, ya sea mi trabajador, sobrino, o quien sea, porque esta actividad la podemos hacer todos. Se le

muestra opciones de lo que vendemos. En los zapatos igual, puede atender quien sea a ofrecerle el producto que llevamos. A veces sacamos muchos pares de zapatos o playeras o cualquier otra ropa y no compran nada y no hay problema. Lo que se ocupa es la psicología para vender, tratamos de atender bien al cliente para que regrese y esto lo podemos hacer todos por igual".

De esta manera la familia Gómez fue construyendo su propia identidad de género, lo que propició que cada integrante estuviera en condiciones óptimas para sostener el negocio de la venta de ropa. Los roles de género, que de cierta manera se establecieron bajo condiciones de una singular equidad, dieron pauta para definir las actividades concretas en el hogar y en el negocio. Lo que propicia una clara operatividad para llevar a cabo el trabajo que se requiere en el tianguis, tareas que son asumidas con responsabilidad y entusiasmo por cada uno de los integrantes del grupo familiar. Sin embargo, se puede observar una mayor carga para la mujer, ya que esta desarrolla una doble activad tanto en el trabajo del hogar, así como en el tianguis.

Las hermanas mayores de la familia Gómez juegan un importante papel para enseñar las habilidades en el negocio de la venta. Las más experimentadas transmiten el conocimiento a las generaciones que recién se están integrando al negocio. Lo que significa que para alcanzar dicha destreza se requiere de un constante aprendizaje en una serie de tácticas que garanticen la preparación para poder unirse a las labores. La transmisión familiar de conocimientos de generación en generación les ha permitido formar unos buenos comerciantes. Este hecho se refleja en las habilidades que se muestran al escoger una mercancía más barata y que saben va a ser fácil de vender. El buen comerciante debe ser también un buen administrador de los ingresos para poder comprar nueva mercancía. Patricia comenta al respecto que:

"Para incorporar a algún joven, sea o no de mi familia, y que lleguen a pedir trabajo, les explicamos cómo es el movimiento. Les enseñamos a hacer el trabajo, nos ayudan a jalar el manteado, jalar la estructura, acomodar la mercancía por tallas, y después embolsarla para guardar la mercancía para otra plaza. Para vender le tienes que hablar a la gente bonito para que la gente se acerque, porque si vas de mal humor la gente no se acerca a pedir tu producto. Todo es psicología para llamar a la gente, invitarlos a comprar.

Igualmente, los muchachos ahora no les gusta, ya ven las cosas más fáciles, pero yo trato de explicarles cómo estamos viviendo ahora la situación porque ya ahora tienen otras ideas. Yo tengo una sobrina que tiene conmigo trabajando seis años y hay otra sobrina que también una amiga la invitó a trabajar con ella, ya tiene doce años trabajando y ya la quiere como a una hija, porque las enseño a trabajar, a destacar y a salir adelante, y eso es bonito".

La familia Gómez, en el tiempo que lleva trabajando en el tianguis, ha establecido ciertos lazos de amistad y apoyo con otros grupos familiares que también trabajan en el tianguis. Estas relaciones de amistad, que giran en torno a la actividad comercial, han representado una estrecha vinculación con el fortalecimiento de sus capacidades para alcanzar una serie de negociaciones para defender y sostener su trabajo en el tianguis. Dichas habilidades se han ampliado y fortalecido a lo largo del tiempo. Estos vínculos de amistad generados en la actividad comercial se caracterizan por ser la esencia de apoyos solidarios que se dan en el seno de las familias, los cuales se cristalizan en una fuerte red de relaciones sociolaborales que conlleva a derechos y obligaciones, elementos que posibilitaron la consolidación del emprendimiento familiar de ropa por parte de la familia Gómez. Los vínculos que operan bajo la lógica de organizar la reproducción de la unidad familiar, con el fin de satisfacer las necesidades de cada integrante, conllevan a rebasar las relaciones de parentesco ya que puede o no existir vínculos consanguíneos. Patricia nos dice que:

"A mí me gusta ser muy amiguera, me gusta compartir con todos mis vecinos, no me gusta pelear. Hay quienes no les gusta tener amistad y entonces esa persona nos cae mal. A mí sí me gusta tener amistades, estar siempre con mis vecinos, tener la fiesta en paz. Cuando me piden cosas trato de apoyarlos. En una ocasión era sábado ya estábamos durmiendo, tocaron la puerta, eran tres jóvenes de Tlaxcala, se les había descompuesto la camioneta y no se habían podido ir, preguntando dieron con mi casa. Les deje guardar su camioneta y ellos se fueron. Tengo amigos de Tepeaca, de México, de San Martín, de Puebla, a donde yo voy hago amistad, algunos ya no están, fallecieron"... A veces nos ayudamos con mercancía entre los que vendemos lo mismo, nos hacemos préstamos de mercancía. Todos nos cuidamos, igual a las camionetas, en el tianguis que sea".

Entonces el tianguis no sólo es una mera relación mercantil, sino que también tiene funciones de solidaridad. Nos dice Patricia al respecto que:

"En mi familia siempre nos ayudamos y algunas veces a la gente. Puede llegar gente con dinero o una gente humilde. Tengo una experiencia de una señora que llegó una vez con un gallo y se para frente al puesto y me dice que si le podía cambiar su gallo por un par de zapatos para su niño. Le dije que sí, pero no le di uno sino dos pares, y me dejaba su gallo, pero no lo acepté y ella de todos modos me lo dejó por agradecimiento. Dios me da y cuando me da yo también doy con lo poco que pueda. Puede llegar una señora con una cubetita de fruta y me diga que me la cambia por unos zapatos, yo le daría los zapatos sin aceptar nada a cambio. A veces llego al mercado con lo limitado para comprar mi comida y hay gente que está vendiendo por ejemplo manzana o fruta de temporada y les digo que no tengo para comprar, me dejan la fruta y pasan la otra semana a cobrar. Igualmente, con el pan. También a veces vamos a alguna fiesta y nos invitamos".

Patricia continúa narrando que:

"La mayoría somos muy compartidos. Por ejemplo, el señor que vende enfrente de mi, vende cosas naturistas y hiervas para té, le decimos el hierbero. La otra señora que vende cobijas y la de junto que vende mochilas. Entonces cuando el señor compra su comida nos comienza a invitar un taco y a veces, aunque no quieras te convida igual, con el refresco te convida. Igualmente, cuando yo estoy comiendo les invito. Es como una habilidad para hacer amistad. Nos compartimos y nos ayudamos también, por ejemplo, a cuidar un ratito el puesto del compañero cuando va al baño, o va a traer más mercancía. A veces cuando ya sabemos el precio de sus productos y algún cliente pregunta lo atendemos. Somos un grupo y somos compañeros. También para atender debemos tener habilidad de hablar y de cierta forma enredar al cliente o sea tener labia al hablarle para convencerlo de comprar lo que vendes".

Cuando la Familia Gómez decidió iniciarse en el comercio de ropa, los jefes de la familia eran muy jóvenes. Se trataba de un matrimonio nuevo, con escasos conocimientos y pocas habilidades para el trabajo. Es a partir de esta naturaleza de ideales, y compartiendo escasos recursos, que decidieron formar su propia unidad doméstica, su base económica la

sustentaron en la venta de ropa en el tianguis, negocio que había sido planeado y puesto en funcionamiento por la pareja de recién casados. Patricia, integrante del grupo familiar, nos comenta que:

"Cuando se inició el tianguis todos vendíamos ropa. Nosotros después empezamos a vender bonetería, posteriormente fue creciendo el tianguis, fueron creciendo los negocios. Yo tuve que separarme de mi madre para hacer crecer mi negocio, me quedé hasta sexto semestre de Administración Pública y empecé a trabajar con ella en el tianguis y después emprendí mi negocio. Me puse a vender zapato, maya, y fue fluyendo, salimos adelante. De allí mismo saqué adelante a una hija que ahora es Licenciada en Gastronomía…En el mercado hemos pasado lluvias, fríos, en el comercio hemos pasado por lo mismo, también hemos tenido familiares enfermos, pero poco o mucho todos hemos salido adelante. Mi hija ya se empieza a dedicar al comercio. Ella hace su propia mercancía como playeras y ropa interior".

Con el devenir de los años la familia Gómez ha incorporado tres generaciones. Comenta Patricia que:

"…Con mi mamá y nosotros ya somos dos generaciones, y ahora últimamente mi hija, mis sobrinos que también están yendo a vender cuando no se ha podido de lo que han estudiado".

Los hijos fueron incorporados a las diversas tareas que demanda el negocio. Una vez llegada la edad necesaria, cuando la familia comprendía que ya eran útiles para atender el negocio. De esta forma cada integrante de la familia Gómez desempeñaba su tarea laboral específica que le asignaba el grupo familiar, lo cual creaba las condiciones óptimas que permitían el funcionamiento adecuado del negocio. Esto a su vez permitía la reproducción económica del grupo familiar y de esta manera se lograba obtener un ingreso económico que le permitía a la familia Gómez su sostenimiento.

"Las tareas del hogar también se dividen en partes. Los hombres algunos salen a trabajar, otros a la escuela. Yo trabajo en casa, tengo que cortar, formar mi costura. Los días que ya tengo arriba la costura, ya me puedo dedicar un poco a las cosas del hogar. Nos dividimos

las secciones de la comida, y de todo lo demás, porque no todas guisamos y no todas hacemos lo mismo, nos dividimos los trabajos".

Actualmente la familia Gómez ha logrado ampliar el puesto al adquirir algunos metros más del área de venta. Con dicho ensanchamiento del puesto introdujeron el zapato y playera. Es la hija de Patricia quien atiende el puesto de playera, que con la ayuda de su mamá. Nos comenta la hija de Patricia:

"Mi mamá me sacó adelante con el tianguis. Trabajaba en el tianguis, se iba a vender y a veces en vacaciones la acompañaba y otras veces no porque tenía que hacer mis tareas. Estudie en la Universidad la Licenciatura en Gastronomía. Mi mamá siempre me apoyó. Ella me pidió que le ayudara en el tianguis porque ya no se daba abasto. Entonces iba a ayudarla. Pasó el tiempo y me gradué. Entonces empecé a trabajar de lo que estudié en restaurantes y me fui un tiempo del tianguis. Pero me comencé a enfermar por el calor de la cocina y por aguantar las ganas de ir hacer mis necesidades. Por estar en el trabajo me enfermé del riñón. Entonces con el dinero que iba juntando, y con el apoyo de mi mamá, me propuso ya no depender de un trabajo que no era estable. Renuncié y junto con mi mamá emprendimos hacer playera de algodón para bebés y playera escolar. Como ella ya maquilaba, entonces cortábamos y hacíamos la playera. En el mes de octubre empecé con dos catres de playera y ya para enero comencé a rentar un puesto fijo con lo que fui ahorrando esos meses. Se debe administrar bien el dinero. Por ejemplo, si vendo mil pesos nada más gasto cien pesos y el resto invertirlos en el negocio para ir creciendo en el tianguis y también saber emprender en tu negocio de acuerdo con las necesidades de los clientes. En el tianguis nos dividimos en los que ya tenemos puesto fijo y los que son movibles, entonces estos se apuntan en una lista y los van acomodando en los lugares donde faltó algún compañero".

El emprendimiento de la hija de Patricia ha tenido éxito. Ella nos comenta:

"Cuando comencé a vender estaba sola y ahora ya tengo dos trabajadoras. Ya somos tres, y no existen los roles de género porque tanto un hombre como una mujer tiene las mismas tareas en el puesto, por ejemplo, subir a una escalera para jalar un lazo, hacer venta, subir una estructura, etc. Todo lo debemos hacer nosotras. Así ha ido creciendo el puesto. Antes

tenía dos bultos de mercancía y ahora tengo seis. Si llevas una buena administración vas creciendo favorablemente, el tianguis es rentable. En una cocina yo ganaba aproximadamente mil quinientos pesos semanales más propinas, eso lo saco en el tianguis en un día. Una venta, por muy baja que esté, ya son los tres mil o cuatro mil pesos. En diciembre, que es la venta alta, se dispara más lo que se gana, gano más en tres días que lo que ganaba en una semana. No me puedes desarrollar profesionalmente por la mala economía que hay y la falta de oportunidades, pero el tianguis es muy rentable para todos y en las temporadas de venta alta aún más. Tienes para comer y estar bien".

En la organización en el trabajo que practica la familia Gómez para llevar a efecto su labor en el tianguis, encontramos que a cada integrante de la familia se le asignan funciones que fueron pensadas a partir de la experiencia que se adquirió en el negocio de la venta de ropa. Doña Lupita cuenta con experiencia previa en la venta en del tianguis, ya que le fue transmitida por sus papás. Patricia es la que se encarga de administrar el dinero de las ventas. También es ella quien determina el tipo de ropa que se va a ofrecer y proporciona el precio de cada una de las prendas, esto debido a que ella es la que se encarga de abastecer el negocio para que no falte mercancía. En esta familia también encontramos que en el lugar de trabajo se realizan tareas de cuidado de los hijos y sobrinos.

Por el contrario, Don Valentín esposo de doña Lupita, no se involucraba totalmente a las tareas del emprendimiento, debido a que trabajaba en una línea de Autobuses —Autobuses Unidos o AU—. Posteriormente se incorporó al negocio debido a que alcanzó su jubilación. En ese año Don Valentín asumió ciertas responsabilidades ayudando en las tareas más pesadas como instalar el puesto de ropa. Las hijas, Laura y Patricia, realizan tareas que les delegaba Doña Lupita, las cuales consisten básicamente en acomodar la mercancía para ser exhibida para iniciar las ventas, así como limpiar el área que se ocupa en el momento de retirar el puesto. Todo esto nos permite afirmar que la familia Gómez está plenamente incorporada al emprendimiento familiar, ayudando en las diversas actividades que se requieren en el negocio. Al respecto Patricia nos comenta:

"Mi papá estudió la primaria. Económicamente no tenía recursos y antes nada más estudiaban hasta la primaria. Él fue trabajador de las conservas cuando comenzaba a fluir las conservas y sidras aquí en Huejotzingo. Después, cuando comenzaron a meter los

carros para México, comenzó a trabajar manejaba un autobús de la línea AU. Posteriormente lo mandaron a hacer cursos y estuvo después de administrador de Recursos Humanos. Daba clases a los que entraban a trabajar. Ahí destacó por lo que había trabajado, por lo que le había otorgado la empresa, y llegó a formar parte del área administrativa de ADO, y finalmente lo jubilaron por la edad. Entonces se vino con nosotros a trabajar en el tianguis. Mi papá nos dio estudio, somos cinco hermanos. Mi mamá también terminó nada más la primaria. Sus papás vendían ropa. Nosotros seguimos la herencia de mis abuelos, entonces mi mamá fue ama de casa y tianguista. Mi hermano mayor es Ingeniero Químico, mi segunda hermana es Psicóloga, yo tengo carrera trunca, mi cuarto hermano también se quedó con carrera trunca, y mi hermano, el más chico, estudió hasta la preparatoria. Ellos tienen sus diferentes negocios. Mi hija tiene 25 años, es Licenciada en Gastronomía y también tiene actividad en el tianguis".

Patricia nos comenta cuál es su relación con las autoridades y los líderes del tianguis:

"Nosotros tenemos una organización que son los dirigentes del tianguis. Ellos son los que van a hablar con el municipio, con el administrador del mercado, para tomar decisiones. Ellos ven las cuotas de piso que hay que pagar al municipio, para los apoyos como la fiesta del 15 de septiembre y la fiesta de aniversario del tianguis. Han pasado muchos presidentes, unos han sido consientes y otros no. Estamos a lo que digan ellos. Los representantes son el enlace con el Municipio, el acuerdo al que ellos llegan nos lo hacen saber a nosotros".

Finalmente, la familia Gómez suele participan en otros tianguis del circuito mercantil:

"Vendíamos todos los días. Mi mamá vendió por mucho tiempo en la 5 norte en Puebla [en donde solían instalarse numerosos vendedores ambulantes en la zona aledaña al "Mercado de la Victoria"]. Ella vendía aparte y nosotros íbamos los lunes a las cinco de la mañana a México para comprar, y llegábamos a las siete de la tarde a San Martin Texmelucan para ponernos al día siguiente muy temprano en el tianguis. Los miércoles nos íbamos a vender al Mercado Independencia, los jueves al mercado Hidalgo [los dos

últimos también en la ciudad de Puebla]. Allí también se hacía un mercado grande. De allí nos íbamos para Tepeaca [en donde se encontraba el que era considerado el tianguis más grande e importante de América Latina] y ya regresábamos el viernes a las siete u ocho de la noche. El sábado se inició el tianguis aquí en Huejo, los domingos trabajábamos en el mercado Hidalgo en el centro en Puebla".

4.5.3. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de Cemitas: El caso de la Familia Rojano

La familia Rojano se dedica a la elaboración de la cemita poblana. Este es un pan blanco salado típico del estado de Puebla. Conchita nos hace referencia a este producto en cuanto a su elaboración y estructura: "La cemita es un derivado de los panes salados. Está hecha con harina de trigo, ajonjolí, manteca de cerdo, agua, leche, huevos, levadura, y sal. La cemita varía en su tamaño. Las cemitas poblanas tienen diversas presentaciones. La clásica tiene un aspecto redondo de tamaño mediano, un poco aplastadas. Su corteza es crujiente y decorada con ajonjolí. Se caracteriza por una especie de nudo encima. La familia Rojano empezó con su emprendimiento familiar, negocio de cemitas, desde hace veintidós años, según nos relata Conchita:

"Aproximadamente llevamos veintidós años vendiendo cemitas, porque antes teníamos otro giro que era de frutas y legumbres, pero nos pasamos a lo que es el pan. Llevamos como veintidós o veinte años más o menos. Antes el pan nos lo vendían y ahora notros fabricamos el pan, eso es como diez años que nosotros ya hacemos el pan, ya tenemos el horno y ya nada más fabricamos el pan, antes nos lo vendían para que nosotros lo revendíamos"

Figura 4.1. Conchita: Emprendimiento de cemitas

Fuente: Trabajo de campo

La venta de cemita se realiza en el tianguis de Huejotzingo. El trabajo en el tianguis está organizado por integrantes de la familia, donde, según nos comenta Conchita, a lo largo de los años han pasado distintas generaciones. La forma en que se ha logrado el sostenimiento del negocio familiar se basa en un permanente aprendizaje del trabajo que se

realiza en el tianguis. De la misma manera, la adquisición del puesto, la presencia de los diferentes roles de género, así como el capital económico y social que han lograron acumular, a lo largo de estos años de continua actividad, permitieron la consolidación del emprendimiento familiar. Estos cuatro elementos conforman la estructura fundamental para mantener la reproducción material e inmaterial, y la propia continuidad del trabajo en el tianguis de la familia de Conchita.

La labor de aprendizaje para el trabajo en el tianguis ha estado vinculado a la venta de cemitas. A partir de ello han experimentado diversas fases de expansión de la unidad socioeconómica familiar, donde cada integrante participa en las actividades económicas familiares. Dicho aprendizaje se ha generado a partir de la experiencia de las acciones realizadas de forma individual y grupal, así como los valores y cosmovisiones presentes al interior del grupo familiar. De tal manera que cada uno de los integrantes de ese grupo fueron adquiriendo destrezas y conocimientos esenciales para involucrarse en el negocio de la venta de cemitas. Dichas destrezas y conocimientos estuvieron en función de la producción y posterior venta del producto. La unidad socioeconómica familiar también se apropió de un conocimiento explícito, racional, y sistemático por parte de cada uno de los integrantes de la familia, pues encontramos que, según nos comenta Conchita, en su familia:

"La mayoría sólo son hasta secundaria. Casi nadie tiene licenciatura o bachiller". Conchita tiene "la licenciatura terminada en Administración de Empresas y en Psicología y aparte aquí en el negocio", lo cual también ha sido aprovechado por la unidad socioeconómica." Por ello se ha contado en todo momento de recursos humanos para su inmediata incorporación al emprendimiento familiar".

Conchita nos comenta que:

"El puesto fue adquirido, tuvo un costo, porque antes mi mamá tenía uno que fue heredado, pero también se lo dio a otra hermana. Entonces ella ya adquirió su puesto, el que tienen le costó a ella".

La familia Rojano adquirió el puesto en la década de los noventa del siglo pasado, con lo cual empezó a formar su capital económico, que consistió el puesto, sillas, lazos, lonas,

cestos, cajas y demás herramientas. De forma paralela la familia fue acumulando capital social que ha consistido en la construcción de redes sociales que se han establecido de generación en generación. Al respecto Conchita comenta:

"De nuestra parte siempre hay mucho compañerismo, hay mucha ayuda pues porque, como dice el dicho, hoy por ellos mañana por nosotros. No sabemos de quien vamos a necesitar, en este caso no porque tengamos el mismo giro tengamos una rivalidad. Al contrario, a nosotros nos gusta apoyar a la gente, pues porque así es nuestra esencia, ayudar, y siempre lo que das se te regresa"

Existen algunos elementos adicionales que nos han llamado la atención. De manera particular, en este emprendimiento familiar de Conchita, y que nos proporcionan elementos valiosos para nuestra investigación. En base a la información que nos proporcionó dicha familia, hemos puesto atención a los apoyos que han requerido y que han sido proporcionados por los integrantes de la familia. Estos apoyos han jugado un papel central en el éxito que han tenido a lo largo de los años laborando en el tianguis. Los integrantes de la familia de Conchita apoyan en el emprendimiento aportando esfuerzo físico, mental, dedicación y responsabilidad que cada integrante asume. De igual manera, las actividades que se derivan del trabajo para la elaboración de las cemitas. Sin pasar por alto el apoyo que se proporciona de manera individual en cuanto a los sentimientos o cuestiones morales. Dichos elementos han conducido a la unidad doméstica familiar a fortalecer sus lazos familiares, lo que les ha significado mejores condiciones de vida. Al respecto comenta Conchita:

"Este es un negocio familiar, viene de generaciones. Nada más que en este caso ya es como de la familia de mi mamá, porque antes mi abuelita y abuelito también venían del negocio del pan, pero ellos compraban el pan y nosotros ya nos aventamos hacer el horno, y a hacer el pan, nosotros ya toda mi familia ya tiene su cargo de hacer el pan, de distribuirlo, de venderlo, hora sí que hacemos equipo".

En cuanto al tiempo que dedican para atender el negocio comenta Conchita:

"Cada quien vende su producto. Mi papá nos lo hace y ya nosotros revendemos el pan, pero ya se queda la ganancia en la misma familia, ya no viene de otra persona. Entonces la

mayoría le dedicamos más de medio día, a lo que es de hacer y vender. Entonces estamos hablando que es más de medio día". En cuanto a las responsabilidades que se delegan para el buen funcionamiento del negocio, todos asumen sus tareas: *"El trabajo está delegado, cada quien tiene su responsabilidad. Estamos desde áreas de ventas, área que reparte, área del que fabrica todo el pan…cada integrante de la familia y también trabajadores que tenemos. Cada quien ya sabe su rol que le toca en el negocio.*

La familia se apoya moralmente. Comenta al respecto Conchita que:

"Siempre nosotros es de ayudar y ayudar, y no importa que no sea de nuestra familia, siempre ayudamos. Porque sentimos que al ayudar te estás ayudando a ti mismo. Entonces, siempre que hay algo, un problema como familia, nos apoyamos y nos ayudamos mucho. Es como algo que nos han inculcado, es nato entre nosotros". El apoyo que se pone de manifiesto en la unidad socioeconómica va más allá de lo económico. Este tiende a trascender a los problemas personales de cada uno de los integrantes. *"Si hay un problema, ya sea económico, moralmente, ahí está el apoyo, el acompañamiento. A veces hay dificultades, pero ya sabe, cuando hay un problema como se apartan, pero todos estamos unidos".*

Aquí es importante señalar que el apoyo que se brinda al emprendimiento familiar asume un carácter desinteresado y honesto, lo cual nos proporciona información sobre la existencia de otro tipo de interés diferente al mercantil. Esto cae en el ámbito afectivo debido a que los integrantes de la unidad socioeconómica familiar manifiestan una latente preocupación por el bienestar del colectivo. El apoyo que se otorgan es sin ningún interés: *"Nunca un interés de por medio, siempre damos sin esperar algo a cambio. Es algo que nos ha caracterizado, es el fruto en tu negocio, es algo que haces, que te satisface. Lo haces con cariño. Yo siempre lo he dicho, lo hago como si fuera para mí. Entonces ahí está la clave. Si yo espero un buen trato, pues doy un buen trato, espero que me traten bien, yo trato bien a mis clientes, para mí no son mis clientes, son más que eso, son mis amigos"*. Se apoyan porque quieran que crezca el negocio: *"Claro, ante todo porque todos vamos a ver hacia más. Antes éramos nada más éramos nosotros, hora están mis hermanos, primos, mis tíos. El negocio se ha expandido, ha crecido bastante"*.

La unidad del núcleo familiar ha sido también un factor clave en el éxito alcanzado por el emprendimiento. La fractura del núcleo familiar ha sido una constante debido a los múltiples problemas a que se han enfrentado, entre ellos aparecen los de carácter económico. Sin embargo, las diferencias que surgen suelen subsanarse y, por el contrario, se crea un ambiente propicio que hace la unión familiar más fuerte. Dice Conchita que:

"Claro, yo creo que también eso es una clave, porque siempre como que a la familia representa, tiene un papel importante. Entonces el apoyo familiar que nosotros tenemos es lo nos ha hecho tener fuerza".

Están muy unidos como familia:

"Los hermanos, entre los papás, la empresa es más familiar, siempre nos tratamos de apoyar. Obviamente que nunca vamos a estar en la misma opinión, cada uno tiene su opinión, pero siempre tratamos de conjuntar todos". Entre los integrantes de la familia suelen platicarse los problemas y juntos le encuentran posibles soluciones: *"Son como puntos clave que hemos tratado. Cada uno da su punto de vista, entonces los compartimos y tratamos de unir todos los puntos de vistas para obviamente para dar una solución a algún problema que se presente, ya sea familiar o ya sea en el negocio".*

El emprendimiento en el tianguis de la familia de la señora conchita no sólo reúne a los integrantes de familia nuclear y extensa, sino que también refuerza la relación entre ellos. La unidad socioeconómica familiar genera círculos virtuosos debido a que el colectivo familiar suele llevarse bien, lo que puede repercutir en ciertas implicaciones sociales, tales como mostrar disposición a la cooperación, la responsabilidad, así como el trabajo conjunto, fomentando a su vez la perseverancia.

Otro de los factores a tomar en consideración en la unidad socioeconómica familiar es la confianza, la cual está en torno al emprendimiento familiar. Esto genera certidumbre entre los integrantes del negocio. Conchita comenta al respecto:

"Yo creo que es algo que nos caracteriza porque yo que estoy aquí en el negocio confío de que voy a vender. Yo ya vengo convencida de que voy a vender al cliente. Es algo que nos caracteriza y siento que también es algo de hemos aprendido entre la familia porque mi

mamá es igual. Entonces es algo que se hereda y también es algo nato porque siento que ya lo traigo. Para mi siento que es un don estar aquí, es algo que me gusta y ya traigo".

Paralelo a ello, el grupo familiar tiene confianza con la gente que comparte el trabajo,

"De hecho por el negocio que tenemos se han vuelto amigos y hasta compadres. Porque les agrada mucho nuestra forma de ser, nuestra forma de tratarlos, y ya se va más allá de un cliente vendedor, ya se vuelve algo más, ya se vuelve una amistad. Entonces nuestros clientes yo creo que son fieles porque siempre nos siguen por la forma que les brindamos seguridad a ellos, y saben lo que les estamos vendiendo".

La confianza no sólo suele enunciarse, sino que se generan en los actos individuales, y una vez incorporada, instituida, convencida por parte de los sujetos, permite obrar para hacer operaciones básicas y de cierta forma fomentar el desarrollo del emprendimiento.

La unidad socioeconómica familiar mantiene cargas de trabajo equilibradas debido a que los integrantes de la familia, al pertenecer a esta estructura, son sus propios empleados. Por dicha razón se puede argumentar que la distribución de las actividades laborales mantiene una justa distribución. Dice Conchita:

"Yo creo que sí porque pues obviamente nosotros no hacemos tanto trabajo de esfuerzo como el que hacen los que cargan. Cada quien tiene su área de trabajo y obviamente cada quien trabaja en su área. A lo mejor nosotros no hacemos tanta labor de cargar, o de ir y venir. Pero en cuestión se estar todo el día de pie, estar aquí atendiendo, yo creo que todos trabajamos de igual manera, pero en diferentes circunstancias".

En términos del ambiente laboral se destaca como un lugar en el cual se está a gusto, donde se está de acuerdo, de mejor manera. Comenta Conchita:

"Yo creo que sí, llega el momento, como todo, que no te despertaste de buenas, el clima no te ayuda. Pero yo creo que todos estamos a gusto porque los resultados ahí se ven. Sigue progresando el negocio, pues yo creo que ahí está el resultado, estamos a gusto".

Refiriéndose a la solidaridad que se pone de manifiesto en la unidad socioeconómica familiar, podemos afirmar que la solidaridad que se construye es una de las

características importantes, lo cual se refleja en los testimonios recogidos. En efecto, de acuerdo con Conchita:

"Siempre que hay un problema tratamos de ponernos en el lugar de la persona, siempre ser empáticos con los problemas que ellos presentan, o simplemente estar reunidos con ellos, pues es algo que fortalece mucho al negocio, es algo que a nosotros nos a ayudado bastante. Nos apoyamos económicamente, ora sí que para eso estamos, para apoyarnos monetariamente o con el apoyo moral".

Otro elemento que podemos destacar en la unidad socioeconómica familiar se refiere a la honestidad como un elemento de valor presente en dicha unidad, elemento endógeno que está de manifiesto en la propia estructura organizativa. Al respecto Conchita señala:

"Yo creo que sí. De mi parte yo creo que es algo que me caracteriza. La lealtad y la honestidad es algo que va de la mano, y es algo que nos ayuda, porque si eres honesto y eres leal yo siento que siempre se ven los resultados que haces, y de hasta de la gente que te rodeas, transmites lo que eres. Entonces supongo que todos somos honestos".

El respeto, al interior de la organización de la unidad socioeconómica familiar pasa a ser un elemento importante en los distintos actores participantes, tanto a parientes como empleados. Comenta Conchita que:

"Siempre es el respeto, o sea pues va por delante porque existen las jerarquías entre nosotros y sabemos que la cabeza son nuestros papás. Ellos son la jerarquía, entonces se le guarda respeto, pero como que siempre nos llevamos bien, pero siempre el respeto va, tenemos claro quién nos manda, conocemos los límites y de ahí no se pasa".

La constancia que prevalece en la unidad, junto con la forma de preservar, son factores importantes en la organización debido a que muestran al interior y al exterior tenacidad y esfuerzo. Por ejemplo, la constancia que se tienen en cuanto horarios de actividades tiende a ser respetada:

"Si claro, yo creo que es otro punto que nos caracteriza. Somos muy constantes en lo que hacemos en los horarios fijos, porque un dicho que tenemos es que si quieres que tu

negocio produzca y que te vaya bien pues madrúgale. Siempre nosotros trabajamos de madrugada, sino que hasta de noche, porque este trabajo es de noches un poco pesadas las jornadas, pero como se hace con cariño, amor, con gusto, pues entonces a veces no se siente. Claro que el cuerpo sí lo siente porque si está trabajando tantas horas, pero casi siempre se siguen horarios porque este producto lleva sus tiempos. Pues sí tenemos horarios y pues también para las ventas, porque nos dedicamos a diferentes y pues ahí tenemos que tener horarios de entrada y salida, pero sí entonces sí llevamos horarios".

Asumimos que, al haber buena comunicación y confianza entre los parientes, se puede generar un mayor entendimiento en la unidad socioeconómica familiar. En efecto, por ser un negocio familiar facilita que todos se entiendan mejor. Dice Conchita:

"Siempre, como en una empresa siempre siendo familiar, cada quien va a opinar, cada quien va a querer dar su opinión, y va a querer mandar, y va a querer hacer su voluntad. Es como que siempre hay un poco de disonancia, porque yo quiero mandar, yo quiero mandar como tantito ahí, pero ya después de ver que eso no funciona, pue a ver él es el responsable, porque si seguimos así esto ya se hubieran ido para abajo".

Existe mayor entendimiento debido a que se comparten las mismas condiciones y circunstancias por parte de los familiares que participan. El fin último que se busca con la unión familiar en las actividades es resolver los problemas que encara la organización en la vida cotidiana. En efecto, en la unidad socioeconómica son unidos y se ayudan en los problemas que han tenido. Nos comenta al respecto Conchita:

"Yo creo que siempre nos ayudamos y pues es como siempre lo hemos hecho. Si hay un problema, la familia nos respalda".

En todas las organizaciones podemos encontrar la comunicación, aquí nos referimos a la buena comunicación que se da en la unidad socioeconómica familiar. Esta comunicación no sólo tiene que ver con recepciones, emisiones, y medios, sino también con el acto social de poder decir las cosas sin mediciones de estructura de poder, de desconocimiento, negaciones, o cinismos. Es decir, de acuerdos con las posiciones que se establecen con sus integrantes. En la unidad familiar se tienen buena comunicación, se comunican entre todos.

"Yo creo que habrá cositas que se guardaran, pero la mayoría de los problemas siempre se comparten. Cada uno tiene su opinión, pero siempre tratamos de escuchar la opinión de otra persona para que habrá más y resolver los problemas".

Esto sí ayuda a solucionar problemas. Dice Conchita al respecto:

"Claro, como toda fuente de comunicación ayuda. Si no tuviéramos comunicación esto no funcionaría".

Un punto de quiebre en la unidad socioeconómica familiar radica en la diferencia que se dan entre los dueños y los trabajadores. En efecto, la unidad suena muy bien cuando trabajan en ella sólo familiares y parientes, pero cambia a una relación de trabajo asalariado cuando trabajan personas que no son de la familia. Al respecto comenta Conchita:

"Sí y no. Sí porque obviamente todos estamos viendo por el mismo negocio, pero como ya son independientes siempre va a existir esa competencia como todo negocio. Entonces como que siempre alguien quiere estar más adelante que el otro. Entonces ahí empieza un poquito de disputa por ser el mejor. Como en todo alguien tiene que ser el mejor. Entonces eso nos sirve para mejorar obviamente, todos dan lo mejor. Por lo que si todos son familiares les facilita el control del negocio".

Se complicaría la función del negocio si hay presencia de personas ajenas a la familia. Argumenta Conchita que:

"Sí porque de hecho hay personas externas a la familia en la fabricación, pero también tienen sus responsabilidades delegadas. Pero no pasan de ahí, que es más matriz del negocio. Entonces ya funciona familiarmente, no hay personas externas, que, si entrara, obviamente otra persona nos vamos a sentir mal, como en todo. No sé cuánto repercuta en esto que ya tenemos, porque llegaría a ser otro mundo, otra opinión, otras ideas".

El caso de la señora conchita nos motiva a reflexionar sobre algunos puntos interesantes referentes a la *familia funcional*, concepto propuesto por Mora (s,f). Un primer aspecto que destacar es el referente al apoyo que se da entre los integrantes de la familia, el cual fortalece el vínculo familiar, propiciado conforme a una afinidad y un alto contenido de pertenencia, hechos que se ponen de manifiesto en modalidad de apoyos financieros y

cediendo algunos servicios de carácter personal. Por regla general, que tiende a practicar la familia de Conchita, consiste en que la ayuda que se suele dar se centra de padres a hijos como apoyo intergeneracional, sin dejar de contemplar el apoyo que se proporciona entre hermanos, amigos, y vecinos. La ayuda financiera se da con mayor regularidad y se concentra como medida de apoyo procedente de los padres para el acceso de sus hijos a viviendas.

Estos testimonios nos dejan en claro que a nivel de la unidad socioeconómica familiar la solidaridad familiar registra una tendencia hacia el fortalecimiento, lo cual nos da luz respecto a que en el tianguis se presenta como un mecanismo de cooperación solidaria que, lejos de generar individualismo, egoísmo, genera cooperación y reciprocidad al interior de la unidad socioeconómica familiar, bajo la forma de emprendimiento doméstico familiar de sobrevivencia que tiene como expresión inmediata la solidaridad en mecanismos de ayuda mutua. De esta forma, el tianguis basado en esa unidad socioeconómica satisface las necesidades materiales y subjetivas de los individuos que forman esa familia y, así mismo, estimula prácticas de economía popular solidaria en las familias. Los integrantes de las familias realizan esfuerzos para mantener su identidad, ayudar a las personas que conforman su entorno, y reciben ayuda si es que la requieren. Las familias que trabajan en el tianguis tienen esa capacidad solidaria, lo cual les permite hacer frente a las diversas problemáticas, saliendo fortalecidas de su situación complicada.

4.5.4. Unidad Socioeconómica Familiar que se especializa en la venta de Tortillas. El caso de la familia de la señora Gabina

Aquí presentamos un grupo doméstico en el que sus integrantes comparten patrones culturales, y organizan las actividades cotidianas para satisfacer sus necesidades de subsistencia. En este grupo se comportan como una unidad de producción, de consumo, y de reproducción. Se trata de una unidad socioeconómica familiar campesina, cuyos integrantes conviven bajo el mismo techo, mantienen lazos de parentesco, y sus prácticas productivas, de consumo, y de reproducción tienen bases agrarias, y sus prácticas productivas, culturales, y sociales se orientan hacia la búsqueda de un equilibrio entre trabajo y consumo.

El principal objetivo de las operaciones y transacciones económicas de dicha unidad campesina es primordialmente la subsistencia, y no la obtención de una ganancia. Como consecuencia, su trabajo no aparece como un costo, sino como una contribución para apoyar la subsistencia del grupo familiar en términos de su reproducción material y subjetiva. Es claro que para nuestra unidad doméstica campesina es muy importante el tianguis, debido a que es el principal canal de comercialización y también se configura como uno de los espacios primordiales para el abasto de sus alimentos y demás bienes básicos.

La señora Gabina nos comenta sus inicios de su emprendimiento en el tianguis:

"Llevo diez años trabajando. Mi trabajo es hacer tortillas, tlacoyos, tortillas de trigo, a veces si los clientes quieren sopes se los hago. Nosotros teníamos la costumbre del trueque. Entonces traíamos un costal de carbón, por ejemplo, y lo cambiábamos por fruta o verdura. Entonces vimos que no vendían tortilla y nos pusimos a pensar en qué hacer. Y había un puesto de cecina, entonces un cuñado que ya no vive nos decía que vendiéramos tortillas, y así fue cómo iniciamos, y ya llevamos como diez años trabajando cada sábado en la venta de tortillas. Solamente vendemos los sábados".

Figura 4.2. Gabina: Emprendimiento de tortillas.

Fuente: Trabajo de campo

Las relaciones de parentesco contienen una importante implicación en la formación de redes sociales dentro del tianguis. Los lazos familiares que se construyen propician el establecimiento de ciertas relaciones entre las unidades domésticas. Este mecanismo marca pautas culturales que permiten una identificación inmediata y segura entre los integrantes de la unidad familiar. Por ello en el tianguis podemos identificar un patrón común que nos indica que los emprendimientos se conforman por grupos familiares. Estos núcleos familiares establecen sus propios negocios. En dichas estructuras organizativas confluyen tres generaciones: abuelos, padres, e hijos. También se incorporan los hijos de los hijos con mucha frecuencia. Al respecto nos comenta Gabina:

"Mis abuelos fueron comerciantes y mis padres también, junto con mis tíos. Aquí toda mi familia participa. Empezamos desde la cosecha. Este trabajo requiere de ayuda, porque

sembramos y almacenamos nuestro maíz para poder hacer nuestro producto. Mi esposo trabaja en el campo, somos cinco que trabajamos, y tengo un hijo, pero él se encuentra trabajando en México. Entonces aquí tengo a mi suegra, a mi suegro, y a mi hija, y mi esposo, y todos nos vamos al campo y al tianguis a trabajar".

Los roles y actividades en estas unidades socioeconómicas familiares configuran una mayor complejidad, debido a que el papá, como el principal responsable del negocio, apoyado por la madre y hasta los hijos, deja ver la conveniencia de colaboración de los demás miembros, como los parientes y empleados no consanguíneos. Este patrón conformado por padres e hijos pasa a formar parte del complejo desarrollo de los tianguis, pues los padres, como los dueños del negocio, quieren asegurar que el pequeño emprendimiento quede en el seno de la familiar. En efecto las relaciones de parentesco posibilitan que los hijos se involucren cada vez más de manera directa y sistemática en las actividades, como una forma de aprendizaje gradual que pueda garantizar el relevo generacional.

En este negocio de Doña Gabina las relaciones de parentesco llevan a definir la distribución de las actividades al interior del emprendimiento. Esa distribución se manifiesta en el encargado de recibir el dinero, actividad que, por menor que pareciera, pasa a una de las más importantes. Esa actividad la realiza Mari, hija de Gabina. Por las características del negocio, la coordinación del trabajo está bajo la responsabilidad de Gabina, quien se encarga de distribuir las actividades de cada uno de los integrantes en su condición de familiar-empleado. Los integrantes del negocio no perciben una remuneración como tal, debido a que su esfuerzo y dedicación se traduce como una aportación a la reproducción de la familia, según criterios implícitos de subsistencia. De acuerdo con el testimonio de Gabina:

"Temprano mi esposo me viene a dejar. Yo tengo mi propio molino para sacar mi masa. Me levanto a las cuatro de la mañana y comienzo a preparar mis cosas y a sacar mi nixtamal para mi masa. Mi esposo comienza a cargar la camioneta. Él sabe que tiene que echar todas las cosas, esa es su tarea. Amarra los botes y los va subiendo y acomodando. Mi hija Mari también se levanta temprano y me ayuda a recoger la masa que ya está lista en el molino. Entre los que estamos trabajando en el puesto nos ayudamos, además de que

ya cada quien tiene su tarea. Por ejemplo, Mari también muele el maíz, la muchacha que nos ayuda voltea las tortillas del comal, pero también le ayudamos porque es un comal grande, y Mari también pesa y cobra. Así me ayudan con el puesto y nos les pago, porque todo lo que ganamos aquí pues es para la casa. Mis suegros también venden en el tianguis la fruta que cosechan de sus árboles frutales. A veces traen manzana o zapote, y en ocasiones frijol, ellos traen sus propias cosas. También tienen animales de corral como pollos, burros y cerdos, ellos a eso se dedican. Yo vendo aquí en Huejo todos los sábados, a veces tenemos compromisos de fiestas, pero como la familia ya sabe que venimos a vender pues nos esperan más tarde a comer".

En el caso de que así lo requiera el negocio, se le provee de personal y se establece una cierta remuneración, dando empleo a alguna persona. Comenta Gabina:

"Cuando nosotros empezamos en este mercado, estaban divididos los puestos de acuerdo a lo que vendían. Entonces nosotros empezamos con tres botes a vender y nada más éramos yo y mi hija Mari. A veces me iba a trabajar a México, vendía quesadillas. Entonces mi suegro nos apoyaba en la venta de aquí, pero como ya mis suegros son personas mayores entonces yo ya me hice cargo junto con mi esposo y mi hija. Cuando hicieron el nuevo mercado y nos dieron el lugar donde estamos ahora, ya nos está yendo mucho mejor y ya damos empleo a otras personas. Ya cambiamos nuestro comal por uno más grande, ya traemos más masa, y pues se necesita que nos vengan ayudar más gente".

La forma en que se da la distribución del trabajo en el tianguis, por parte de la familia de Gabina, se corresponde con una lógica de carácter social, donde la familia tiende a desarrollar una diversidad de actividades por lo que resulta difícil realizar una clasificación lógica de ellas. Esta dificultad podría derivarse de las personas que se mantienen ahí, en ese lugar, que únicamente piensan en ganar el día a día, sin un afán de acumular riqueza.

La ayuda mutua en la familia de Gabina implica reciprocidad. Un compañero comerciante ayuda a su vecino cuando este se ausenta por algún motivo para ir atender alguna situación, por ir traer más mercancía, por alguna necesidad biológica, o por alguna otra razón, se ausentó temporalmente de su negocio. Se sabe de antemano que dicha

ausencia va a ser cubierta por su vecino, que también en otras ocasiones le cubrió sus ausencias temporales. De tal manera que observamos una institucionalización de una práctica de reciprocidad entre dichas unidades familiares. Gabina nos comenta al respecto:

"Muy bien, la gente es muy amable. Todos nos saludamos y apoyamos aquí, y cada quien se dedica a su trabajo, nadie ocasiona problemas. Existe un respeto mutuo, a veces también me vienen a comprar tortillas, hay un compañero que le prestamos nuestro carrito para acarrear y se ofrece a llevar nuestras cosas, y es una forma de ayuda también entre nosotros".

Estas relaciones entre las unidades familiares tienen que ver con la propia estructura del tianguis. Ello posibilita que cierto grupo de comerciantes puedan establecer y fortalecer relaciones de intercambio, amistad, formando lazos sociales mucho más complejos. En efecto, la reciprocidad dentro del tianguis tiene variantes, de las cuales podemos mencionar la ayuda mutua, prestar, servir, dando como resultado un alto grado de solidaridad, aunque esta es más profunda al interior del núcleo familiar. Gabina nos comenta al respecto:

"Vendemos cosas diferentes, entonces préstamos de mercancía no tenemos. Pero si tenemos que dar un cambio y no nos alcanza para completar, entonces sí nos préstamos… Lo que ahorramos de la cosecha lo guardamos para que todo el año tengamos de dónde agarrar. Por ese motivo no hacemos prestamos económicos, ni con la familia, y tampoco pedimos prestado. Este es nuestro trabajo que hacemos, y de esto vivimos. Los que vivimos en la casa somos los que trabajamos todo, no incluimos a nadie más de la familia extensa ni a otras personas".

Una cuestión que obedece a cuestiones culturales por parte de la unidad familiar y campesina, donde encontramos una mayor resistencia para incorporar a otros individuos que no pertenecen al grupo familiar primario. Nos dice Gabina:

"No, yo creo que como venimos nada más cada sábado, las relaciones no son tan estrechas, sólo es relación de trabajo y amistad".

Existe un aspecto que interesa destacar en relación con el trato que se da con los clientes, debido a que este hecho nos da luz respecto a expresiones de intercambio que se

establecen entre el cliente y el negocio. Esta relación se establece cuando el marchante busca la forma de llevarse un producto más barato, al precio más favorable, utilizando la estrategia del regateo, que pudiera entenderse como un mecanismo de reciprocidad que se practica de manera recurrente en las operaciones en el emprendimiento familiar. La técnica del regateo representa una forma de ayuda mutua entre vendedor y comprador, en este caso con un sujeto ajenos al grupo doméstico pero que está detrás de su permanencia. Admitido por parte del vendedor —quien opera el emprendimiento— con el regateo sede valor de cambio, mientras que por parte del comprador implica la realización de la mercancía, en un acto mercantil que podría conllevar rastros de solidaridad. Otro aspecto consiste en relacionarse con los marchantes, acto que resulta de importancia en términos de estrategias de venta. En el contexto del emprendimiento establecido en los tianguis, el relacionarse con los clientes resulta ser un arte que es la clave para entender esa dimensión del emprendimiento como una actividad profesional —una significación imaginaria así construida, que requiere preparación, sensibilidad para su ejercicio, que conlleva una remuneración, que proporciona identidad y estatus social que los líderes esparcen en el grupo doméstico— que lleva a los tianguistas a asimilarse como colegas de una profesión con un contenido cognitivo que allí mismo se aprende y se práctica. Los vendedores del tianguis impulsan estrategias que conducen a la venta de sus mercancías. Gabina nos comenta sobre este tema lo siguiente:

"Muy bonita, ya tengo mis clientes y cuando llegan los saludo con amabilidad, les pregunto cómo están, les ofrezco una bolsa para sus tortillas, y ellos también son muy amables con nosotros. Cuando nos han llegado a mover de lugar nos perdemos, Antes vendíamos en el mercado de San Miguel y ya también teníamos varios clientes y después nos movieron de allí, pero nuestros clientes fijos nos buscan por el trato que les damos ya que nos compran nuestras tortillas".

Estos actos muestran que el grupo doméstico tiende a formular estrategias específicas de venta, lo que una característica propia de la cultura del tianguis. Así, tenemos que las personas que con el tiempo se vuelven clientes asiduos del negocio se les llama marchantes. Cuando una persona regresa al mismo negocio a realizar sus compras, vuelve a

visitar al vendedor con fines de compra. Dicha estrategia de conservar al cliente conduce a una forma de relaciones mercantiles, sociales, y de lejana amistad.

Es importante señalar también que la familia de la señora Gabina, para completar el ingreso familiar, realiza otros trabajos que les reportan ingresos. Gabina señala al respecto que:

"Mi esposo también se dedica a la albañilería, entonces cuando tiene trabajo nos trae al mercado muy temprano y se regresa a trabajar, en la tarde regresa a comer, pero como nuestro trabajo es cosa de estar movidas echando tortillas, entonces espera a que tengamos un tiempo para darle de comer o mejor va y se compra algo. Mari trabaja de chofer, maneja una combi. Yo me voy al campo, y en las mañanas le preparo sus cosas a mi esposo cuando se va a trabaja. A medio día lo espero para comer. Mis suegros también van al campo y atienden a sus animales".

Por lo general, las personas, al interactuar socialmente comunicándose, transmiten sus conocimientos y sus significaciones de forma oral, lo cual está sustentado en las propias experiencias prácticas que se trasfieren de manera simultánea. Esto es así debido a que toda persona, desde la infancia observa las actividades que realizan los padres e inicialmente las imita, tanto en el núcleo familiar como fuera de este. Dicho aprendizaje por imitación, es muy frecuente en familias de estas características, cuya base de reproducción es por medio de un sistema de educación informal. Dice Gabina:

"Yo no le enseñe a mi hija, porque me iba a trabajar a México, mi cuñada le enseñó en la casa, pues mi hija nada más la miraba y cuando me di cuenta mi hija ya sabía".

Respecto a la educación formal se observó que la familia de Gabina tiene algunos estudios:

"Josué se quedó hasta la preparatoria y está trabajando en México en una tienda. Mari estudió la secundaria y estaba estudiando estilismo, pero le afectó la pandemia porque las clases eran en línea y no pudo aprender igual y entonces comenzó a trabajar de chofer y allí sigue. Yo estudié hasta la primaria. Nosotros somos nueve hermanos y mi papá no nos pudo mandar a la secundaria. Sin embargo, sí aprendí bien a hacer cuentas y leer. Mi

esposo estudió la secundaria y estaba estudiando en el CECATI [Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial] para ser mecánico, pero ya no pudo seguir".

Conclusiones

Los tianguis son espacios populares con contenido cultural, con una identidad social e histórica, en donde las unidades socioeconómicas familiares, y sus diferentes vínculos con la población, facilitan el intercambio sin que este intercambio sea trastocado por alguna formalidad mercantilista-capitalista. Los tianguis son una herencia ancestral, por lo que los tianguistas mantienen una esencia en su identidad que significa relevancia para el conjunto de la sociedad que realiza el consumo bajo ciertas pautas culturales. En el fondo, objetivo de las transacciones económicas de un tianguista es la subsistencia y no la obtención de una ganancia que conduzca a la acumulación capitalista sino, como sostiene Caracciolo (2017), a la acumulación solidaria que es la base de la permanencia del emprendimiento familiar.

Los tianguistas en su unidad socioeconómica familiar construyen relaciones sociales que son la base de una configuración social de redes de intercambio y lazos de amistad a través del tiempo. En este sentido, el tianguista se configura en un ente social y económico que establece su propia realidad redefiniéndola como estrategia de sobrevivencia que le permite crear sus propias condiciones para enfrentar los diversos cambios que se van dando en el tiempo. Por ello se puede afirmar que el emprendimiento familiar prospera en función de relaciones, lealtades, solidaridad e intereses comunes.

La cultura que ponen de manifiesto los tianguistas, a partir de las diversas actividades que ejercen, les proporciona una identidad que se encuentra presente en las relaciones sociales al interior del tianguis. Estas relaciones sociales les dan un sentido de pertenencia social que tiene que ver en lo fundamental con la identidad que se ha construida interna y colectivamente: el ser tianguista y lo que representa. El principio de la ayuda mutua solidaria vertebra las actividades económicas que tienen lugar en el ámbito de la unidad socioeconómica familiar, que se configura en su estructura formal, que se basa en un intercambio intergeneracional de recursos que son al mismo tiempo material y simbólico. De ahí surge una densa red de interacciones simbólicas que son la argamasa que articula las relaciones del grupo doméstico.

CONCLUSIONES GENERALES

El presente trabajo nos permite afirmar que la Economía Social Solidaria consiste en lo esencial, en un conjunto de organizaciones sociales y económicas que se desenvuelven en cuatro momentos claramente definidos en los ámbitos de la producción, distribución, consumo y acumulación, funcionado con su propia racionalidad, caminando y constituyéndose como una verdadera alternativa a la economía capitalista, ancla poderosamente en el valor de la solidaridad.

Sabemos que esta forma de hacer economía en general; no tiene que ver con la particularidad de maximización de las ganancias, con una competencia deshumanizada, que solo nos remite a lo estrictamente cuantificable; la economía solidaria se nos presenta como el cumulo de valores morales y culturales, que en la práctica posibilitan hacer economía de forma eficiente en base a ciertos principios solidarios, de justicia social, de participación colectiva, de democracia, de equidad y de protección a la naturaleza. Por lo que en el trabajo que estamos entregamos, tratamos de identificar las diferentes prácticas que se llevan a cabo en las unidades socioeconómicas familiares que trabajan en el tianguis, bajo estas condiciones de economía solidaria. Dichas prácticas se ponen manifiestan a través de la ayuda mutua. Lo que nos parece muy esperanzador, dado que en la región que estudiamos encontramos grupos de población que se organizan en torno a un emprendimiento o negocio familiar, que intentan salir adelante de forma solidaria, configurando una economía social solidaria.

Queremos puntualizar que la forma de hacer economía bajo condiciones de solidaridad, no se trata de sectores poblacionales pobres, sino de grupos vulnerables que buscan mejorar sus condiciones de vida para salir de una situación de pobreza y no dejar morir a sus familias. Lo que demuestra nuestro estudio, en este sentido, es que los emprendimientos de las Unidades Socioeconómicas buscan alternativas, se movilizan al

verse indignados ante la falta de oportunidades y se ven obligados a buscar posibles soluciones. En consecuencia, podemos afirmar que la Economía Social Solidaria para a ser un movimiento social que provoca un modelo de desarrollo alternativo. Se trata entonces de un nuevo paradigma que intenta interpretar la vocación de los fenómenos económicos con otros argumentos, con otras categorías de análisis, con otros instrumentos que permitan detectar la racionalidad del sector solidario de la economía, basados en la reciprocidad, en la ayuda, en el Don, e incluso en la equidad en la distribución de los ingresos.

En resumidas cuentas al final del día, la Economía Social Solidaria se conforma básicamente como un subsistema en el ámbito económico, que aglutina a aquellos agentes económicos que tienen como vocación sustancial reproducir su vida a partir de su trabajo, en contraste con aquel sistema que tiene como principio fundamental la acumulación de riqueza, en detrimento de la destrucción de la naturaleza y la perpetua explotación del trabajo.

A la luz de esta primera conclusión del trabajo, no debemos confundir la Economía Social Solidaria con grupos de personas buenas gentes, que podrían desviar su contenido sustancial; se trata de una economía que se construye con otras cualidades, los agentas participantes en ella ponen en su código de vida una iniciativa implícita de tratar de recuperar al ser humano con la naturaleza, se rescata esa centralidad y por lo tanto se construyen lazos de solidaridad en el seno de las organizaciones existentes en una región determinada, donde privilegien lo colectivo, en nuestro caso en la Unidad Socioeconómica Familiar. Se trata de una economía centrada en las personas y en la naturaleza, por encima del capital, entendiendo a la economía con otros fines, donde se pone como principal prioridad la resolución necesidades objetivas familiares o sociales; lo que provoca pensar a la región funcional en función de organizar los recursos para poder solucionar dichos problemas. En otras palabras, resolver problemas objetivos, como el que se presenta actualmente en el mercado de trabajo, donde es conocido que la Población Económicamente Activa no encuentra trabajo, ni lo va a encontrar tal como lo conocemos en su forma asalariada, en nuestra región de estudio y en general en México e incluso en todos los países de América Latina y otras regiones, cada vez más es difícil incorporarse a la vida laboral formal.

Reconocemos categóricamente que las as formas de organización de la inmensa mayoría de la población que de una u otra manera han quedado marginados por el actual modelo de acumulación, dan muestra que en sus haberes de conciencia van propiciado una nueva cultura económica, que a todas luces tienden al alejamiento de las nefastas reglas de la ganancia y que cada vez más se da una aproximación a las necesidades y valores humanos, que provoca una tendencia hacia la búsqueda de una economía solidaria como alternativa al modelo económico dominante.

En efecto, el sistema capitalista en sus entrañas por su naturaleza muestra una conducta excluyente; por lo que cada vez más sectores de la población muestran arraigo en sus orígenes culturales encontrando en ello continuidades y nuevos medios de convocatoria a través de acciones colectivas que demandan ser consideradas en la inclusión de un empleo digno, con la posibilidad de encontrar un futuro que les garantice estabilidad.

Se encontró una relación novedosa en términos de las relaciones que se dan entre el trabajo y los medios de producción en la dinámica de las unidades socioeconómicas familiares, dentro de estas los trabajadores son los propietarios de los medios de producción, por lo que el negocio o emprendimiento básicamente es de los propios trabajadores, motivo por lo que se plantea que su finalidad no radica en la obtención de ganancias para la acumulación que propicie el lucro, sino la obtención de ingresos que les garantice su reproducción material e inmaterial. Lo cual conduce a entender el significado de esta nueva forma de hacer economía que se centra en la valoración del ser humano y no en poner énfasis en el capital, lo que promueve la reciprocidad y la ayuda mutua entre sus integrantes, teniendo como finalidad el desarrollo amplio de la vida de sus integrantes. Por tal razón podemos afirmar que la acumulación que suelen practicarse en las unidades socioeconómicas familiares a través de sus emprendimientos la podemos llamar acumulación solidaria en el sentido que la plantea Cruz (s.f), los emprendimientos económicos solidarios no pueden sobrevivir económicamente sin las condiciones mínimas de producción, distribución, consumo y acumulación, que están dadas por las condiciones históricas del mercado capitalista en cada periodo, por lo que si no hay acumulación económica en su forma solidaria, no habrá economía solidaria. Por lo tanto, la acumulación

económica solidaria sólo es posible desde una excepcional acumulación social, cuyas condiciones son dadas, en cada caso, por el grado de experimentación y de aprendizaje de los sujetos colectivos de la economía solidaria. Características y condiciones que pudimos observar en nuestro trabajo de campo.

Dicho lo anterior, nos permite afirmar que la unidad socioeconómica familiar pasa a conformarse como elemento dinámico de la Economía Social Solidaria, por cuanto la familia como unidad productora pone en acción sus capacidades productivas y lleva a efecto actividades que se orientan a conseguir los bienes básicos que les permita alcanzar su bienestar, garantizando con ello su reproducción de la vida. Producto de su trabajo, sus habilidades y destrezas, consecuencia de la acumulación y transmisión de conocimientos que van de generación en generación y que son incorporados en el trabajo que se realiza en el tianguis.

Las Unidades Socioeconómicas familiares que trabajan en el tianguis reproducen ciertas particularidades especiales al trasmitir sus conocimientos de las diversas estrategias para vender, que han sido adquiridas a lo largo del tiempo y son ensañadas a los miembros de la familia. Dicha transmisión de conocimientos a los nuevos relevos generacionales terminan por configurar estilos de vida propios a estos grupos de población. Estas maneras de actuar, plasman un contenido simbólico y cognitivo que se caracterizada por extender las redes de solidaridad que se practican entre los miembros de las unidades socioeconómicas lo que finaliza con una importante contribución a la reproducción del núcleo familiar.

Un integrante de la Unidad Socioeconómica Familiar al transferir su esfuerzo y trabajo al emprendimiento familiar ubicado en el tianguis, es solidario cuanto comparte una parte de sus ingresos para contribuir al ingresos y por lo tanto al gasto familiar, máxime si de tal acción también depende su sobrevivencia personal. En estas manifestaciones observamos eminentemente la presencia de la ayuda mutua, sacrificio y compromiso; sentimientos que se ponen de manifiesto al interior de las unidades socioeconómicas familiares, acciones que posibilita la reproducción del grupo familiar, lo que puede ser considerada como una ayuda que con frecuencia solemos llamar actos o prácticas de solidaridad. Lo importante aquí es poder destacar la capacidad solidaria que dan muestra los integrantes del grupo familiar.

En nuestra investigación hemos comprobado que el tianguis se nos presenta como un espacio articulador donde se teje un entramado social cuyo contenido se nutre de relaciones sociales de ayuda mutua, por lo que el tianguis es una forma de cooperación solidaria que lejos de generar individualismo, egoísmo; provoca cooperación y reciprocidad al interior de la unidad socioeconómica familiar, bajo la forma de emprendimiento doméstico familiar. Por lo que el tianguis, conformado en unidad socioeconómica satisface las necesidades de los individuos que forman esa familia y así mismo estimula prácticas de economía popular solidaria en las familias tianguistas.

Los tianguis que se ubican dentro de la región funcional de estudio que propusimos, San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Pedro Cholula y Atlixco, se conforman en un circuito mercantil por donde circulan todo tipo de mercancías, pero en especial y de mayor peso en cuanta a su presencia regional son las endémicas de dicha zona; lo que da forma y contenido a la edificación de un sistema de intercambio regional, dando paso a la construcción de espacios económicos donde encontramos estructuras económicas con elementos claramente campesinos, sin dejar de hacerse presentes los de carácter urbano. Dicho circuito mercantil realmente opera como aparato de distribución e intercambio de bienes para los sectores más desprotegidos de la región funcional, tales como campesinos y sectores populares. En referencia a este hallazgo, en un estudio de Licona (2014), podemos encontrar algunas coincidencias respecto a la familia, la región y el tianguis. En efecto, este último es considerado por dicho autor como es un espacio articulador donde se estructuran relaciones sociales de ayuda mutua y se practica el intercambio de bienes, los cuales funcionan como mecanismos económicos de subsistencia y, en algunos casos, como generadores de nuevas relaciones sociales y como rasgos culturales de sociedades indígenas y campesinas que caracterizan a una economía regional en un contexto de economía nacional impactada por procesos de globalización económica y cultural. Por lo que los tianguis y los mercados, que construyen un sistema de intercambio regional centralizado de carácter global y al mismo tiempo local y constituyen los espacios económicos donde se articula la economía campesina-indígena con la economía nacional y global.

Otro hallazgo que nos interesa destacar es que en el tianguis encontramos una configuración de la división del trabajo-especialización que deja entre ver elementos de

solidaridad que se materializan en ayuda mutua. Los integrantes de la unidad socioeconómica familiar llegan juntos a trabajar, con una distribución previa de las actividades a desarrollar, definidas estas previamente asumiendo un carácter jerárquico, donde la división de actividades queda definida con una fuerte distinción de género. Muchas actividades económicas suelen ser heredadas por lo general hasta tres generaciones abuelos-hijos-nietos, perpetuando la actividad económica durante muchos años. La diversidad de productos que se ofrecen en el tianguis da cuenta de la división del trabajo que implica canales de especialización de las unidades socioeconómicas, por lo que una unidad socioeconómica se especializa, cede una proporción de su independencia y control de su bienestar. El ingreso generado de dicha especialización les ofrece la posibilidad de adquirir un bienestar mayor a partir del incremento de la capacidad de compra y apropiación de un mayor número de bienes.

Encontramos que los tianguis han sido esenciales para la integración de la región funcional que estudiamos, al mostrar una periodicidad constante, por cuanto se instalan semanalmente y en determinados días de la semana, propicia la construcción de una vida comercial cotidiana de las unidades socioeconómicas familiares. En efecto los tianguis en la región funcional se instalan continuamente, en el caso de San Martín Texmelucan se instala el día martes, en Huejotzingo el día sábado, en San Pedro Cholula el día domingo y finalmente en Atlixco el sábado; donde muchedumbres llegan a ellos desde el campo y otros lugares aledaños para vender y comprar sus diversas mercancías, con lo cual adquieren otros bienes de origen industrial o agrícola que proceden no solo en el interior de la región funcional que estudiamos, sino que también proceden de otras regiones, propiciando un flujo continuo de mercancías inter e intrarregional. Lo que caracteriza y da luz sobre la existencia de nuestro circuito mercantil. En otro trabajo de Licona, Sánchez, Quislev y Cruz (2017), se realiza un estudio etnográfico a las dinámicas económicas y socioculturales presentes en los mercados y tianguis de la región Puebla-Tlaxcala, planteándolos como espacios de intercambio en donde no sólo se contienen, reproducen y expresan relaciones de carácter económico, sino como lugares que articulan aquellos de índole sociocultural las cuales matizan, condicionan y repercuten en los intercambios que los actores realizan cotidianamente. Proponen como área el territorio Puebla-Tlaxcala, el

cual pasa a configurarse como un sistema complejo conformado por seis subsistemas de intercambio —Atlixco, Cholula, Amozoc, Tepeaca, Puebla y San Martin Texmelucan— que forman redes territoriales configurando un gran sistema de mercados y tianguis que se encuentra en estrecha relación unos de otros.

La economía popular y su expresión en el circuito mercantil de tianguis, representa básicamente una economía de trabajo usando en sus entrañas en la ayuda mutua, toda vez que el principal factor económico disponible por parte de la unidad socioeconómica no es el capital ni mucho menos la tecnología, sino su propia fuerza de trabajo. Los grupos familiares conformados en emprendimientos que se reproducen en los tianguis suelen representar para sus integrantes alternativas laborales, más que unidades de inversión de capital. Ellos buscan dar sus capacidades de trabajo una utilización productiva por cuenta propia, sin recurrir al mercado del trabajo formal.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Alberdi, I, (1982). *Un nuevo modelo de familia*. Papers, 87-113.

Ariza, Marina y Orlandina de Oliveira, (2004). *Universo familiar y procesos demográficos*. En Imágenes de la familia en el cambio de siglo. Universo familiar y procesos de trabajo contemporáneos, coords. Marina Ariza y Orlandina de Oliveira, 9-45. México: IIS-UNAM.

Auriac, F. (1986). L´ *Espace Géographique*., no 4. Don, 8, place de l´Odéon, Paris VI

Atlas de los Pueblos Indígenas de México (2015) 2020. *Atlas de los pueblos indígenas de México.* - INPI. Instituto Nacional de los Pueblos Indígena

Barrales, C. M. (2023). *La familia de comerciantes como forma de economía popular en el tianguis de Atlixco, Puebla, periodo 1994-2020*. Tesis para obtener el grado de Maestro en Desarrollo Económico y Cooperación. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Barquín, F. (Comp.). (2005). *De la economía popular a la economía de solidaridad*. El Colegio de Tlaxcala Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI Editores de España

Bailly, A.S. (1997). *Objectivité ou subjectivité en science régionale*. L'Espace Géographique vol. 26, pp. 149-152. Recuperado en: www.persee.fr/docAsPDF/spgeo_0046-2497_1997_num_26_2_1065.pdf

Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI Editores de España

Bernal Díaz del Castillo (s.f.). *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. *Aparato de variantes*. Ediciones de Guillermo Seres.

Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.

Bórsotti, Carlos A. (1978). *Notas sobre la familia como unidad socioeconómica*. En Cuadernos de la CEPAL. Santiago de Chile.

Bonfil, B. G. (1973*). Cholula, la ciudad sagrada en la era industrial*. Colección Historia. Universidad Autónoma de Puebla.

Buriac, F. (1986). *Région-système, région et systèmes économiques*. Geoforum vol. 15, pp. 272-277. Recuperado en: www.persee.fr/docAsPDF/spgeo_0046-2497_1986_num_15_4_4167.pdf

Castells, Manuel. (2017). *Otra economía es posible: Economía y cultura en tiempos de crisis*. Editorial Alianza.

Caracciolo, M. (2017), "Soberanía alimentaria y mercados alternativos", Programa en Economía Solidaria, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín.Chayanov. A.V. (1981) *La organización de la unidad campesina*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.

CEPAL, (2018). *La ineficiencia de la desigualdad*. Naciones Unidas.

Coraggio (s.f.). *Economía social y economía popular: Conceptos básicos*. Instituto Nacional de Asociativismo y economía social. Ministro de Desarrollo Productivo Argentina.

Coraggio, J.L. (2001). *Economía del trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre*. Trabajo presentado en el panel Fronteras de la Teoría Urbana: CGE, Incertidumbre y Economía Popular, Seminario Internacional sobre Economía y Espacio, organizado por el Centro de Desarrollo y Planificación Regional.

Coraggio, J. L. (2007). *La economía social desde la periferia contribuciones latinoamericanas*. Colección Lecturas de Economía Social. ISBN 978-987-9017-71-5. Buenos Aires Argentina. Editorial Altamira.

Coraggio,J.L. (2009*) Economía del Trabajo*.

Coraggio, J. L. (1999). *Política Social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*.

Coraggio, J. L. y Sabaté, A. M. F. (2010). *Emprendimientos socioeconómicos asociativos: su vulnerabilidad y sostenibilidad*. Editorial: UNGS Colección Política, políticas y sociedad Nº 05, diciembre 2010.

Coraggio J. L. (1979). *Sobre la espacialidad social y el concepto de región.* Avances

de Investigación, No. 3, Colmex, México, 1979. en: J.L. Coraggio, Territorios en transición, Ciudad, Quito, l987

Coraggio, J.L. (2016). *Economía Social y Solidaria: Conceptos, prácticas y políticas públicasa.* Coordinador Calor Puig; Editorial Universidad del País Vasco, Euskal Herriko Unibersitatea.

Coraggio, J.L. (2011). *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital.* Flacso Ecuador.

Coraggio, J. L. (1998). *Economía Urbana. La perspectiva popular* (2ª ed.). Ediciones Abya-Yala.

Coraggio, J. L. (2018). *Potenciar la Economía Popular Solidaria: una respuesta al neoliberalismo*. *Otra Economía.*

Cadena Barquín, F. (Comp.). (2005). *De la economía popular a la economía de solidaridad*. El Colegio de Tlaxcala.

Caracciolo, M. (2017), "Soberanía alimentaria y mercados alternativos", Programa en Economía Solidaria, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín.

Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas. (2015). *Atlas de los pueblos indígenas de México*. Disponible en internet atlas.inpi.gob.mx/nahuas-de-puebla

Contreras, J. (2012). *Texmelucan cronista de la ciudad*. En htte//texblob-cronoista.blogspot.hu/2009/06/evoluciónhistorica-tianguis-deSan.html

Coleman, J.S. (2011). Fundamentos de teoría social. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid.

Contreras, J. (2000). *Evolución histórica del tianguis de San Martin Texmelucan, Puebla*. San Martín Texmelucan, Puebla, México.

Cruz, A. (s.f.*). La acumulación solidaria. Los retos de la economía asociativa bajo la mundialización del capital.* UFPEL-Universidad Federal de Pelotas, Brasil. Recuperado en www.academia. Edu./8922403/La_acumulación_solidaia_los_retos..

Dabas, E. (2003). *Redes sociales, familia y escuela*. Editorial Paidos Saicf. Buenos Aires Argentina. Disponible en internet.

Damián, A. (2004). *El crecimiento del empleo y las estrategias laborales de sobrevivencia en México. Apuntes para un debate*. Perfiles Latinoamericanos, 143-167

Damián, Araceli (s.f.). *La participación laboral y las estrategias laborales de Sobrevivencia en periodos de crisis*. Texto disponible en Word

Díaz del Castillo, Bernal (s.f.). *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. Aparato de variantes edición de Guillermo Serés.

Recuperado en:

https://www.rae.es/sites/default/files/Aparato_de_variantes_Historia_verdadera_de_la_conquista_de_la_Nueva_Espana.pdf

Delgado J. y Galindo C. (2006). *Los espacios emergentes de la dinámica rural-urbana*. En problemas del desarrollo Vol. 37, núm.147, octubre-diciembre. Recuperado en: ejournal.unam.mx/pde/pde147/PDE14708.pdf

De Barbieri, M. T. (1989). *Trabajos de la reproducción*. En Orlandina de Oliveira, Marielle Pepín Lehalleur y Vania Salles (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana*, 235-254. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México

Delors, J. (1996.). *Los cuatro pilares de la educación.* La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI, Madrid, España: Santillana/UNESCO. pp. 91-103.

De los Ríos, G.F. (1989). *Microindustria y unidad doméstica*. En de Oliveira, O.; Pepín L. M. y Salles, V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana*, 217-234. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México

De Barbieri, M. T. (1989). *Trabajos de la reproducción*. En Orlandina de Oliveira, Marielle Pepín Lehalleur y Vania Salles (Comps), Grupos domésticos y reproducción cotidiana, 235-254. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México.

Díaz, Muñoz, J.G. (2019). *Alternativas solidarias a los mercados capitalistas. Otros mercados son posibles. Hacia un estado de la cuestión*. Unidad Académica Básica "Economía Solidaria y Trabajo Digno" Centro Interdisciplinario para la Formación y Vinculación Social (CIFOVIS). ITESO, Universidad de Guadalajara.

Durkheim, E. (2007). *La división del trabajo social* (6ª Ed.). Colofón

Duque, J. y Pastrana, E. (1975). *Las estrategias de supervivencia familiar económica de las unidades familiares del sector popular urbano: una investigación exploratoria.* Santiago de Chile: Programa ELAS/CELADE.

Durkheim, E. (2007). *La división del trabajo social*. 6ª Editorial. Colofón

Esteinou, Rosario. (1996). *Familias de sectores medios: perfiles organizativos y Socioculturales*. México: CIESAS.

Forbes, (2019).

Flaquer, L. (1998). *El destino de la familia*. Barcelona: Ariel.

García, B. y de Oliveira O. (2006). *Las familias en el México metropolitano: visiones femeninas y masculinas*. México: El Colegio de México.

García, B. R (2015). *Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente*. Tesis para obtener el grado de Doctora en Economía Política del Desarrollo. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

García, B. y a de Oliveira O. (2005). *Las transformaciones de la vida familiar en el México urbano contemporáneo.* En Familia y vida privada ¿Transformaciones, tensiones, resistencias o nuevos sentidos?, eds. Ximena Valdés y Teresa Valdés, 77-106. Santiago: FLACSO.

García, B. y de Oliveira, O. (1998). *Participación femenina en los mercados de trabajo.* Revista Trabajo, núm. 1, año 1, México: Universidad Autónoma Metropolitana.

García, B. y Pacheco E. (2000). *Esposas, hijos e hijas en el mercado de trabajo de la ciudad de México en 1995.* Estudios Demográficos y Urbanos, vol. 15, núm. 1, México: Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano.

García, B.; Muñoz, H.; de Olivera, O. (1982). *Hogares y trabajadoras en la ciudad de México.* El Colegio de México. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Gayosso Ramírez, J. L. (2009). *Los tianguistas de la Ciudad de México: de informales a trabajadores atípicos Iztapalapa.* Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, núm. 66, enero-junio, 53-67 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México. Recuperado en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348723004

García, B.; Muñoz H. y De Oliveira, O. (1989). *Familia y trabajo en México y Brasil*. En Orlandina de O.; Pepín L. M. y Salles, V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana* 163-188. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México.

García, B. R (2015). *Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente*. Tesis para obtener el grado de Doctora en Economía Política del Desarrollo. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Giménez, G. (1999). *Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural*. Época 11. Vol. V. Núm. 9, Colima, junio 1999, 25-5. Recuperado en: https://teoriayanalisisdelacultura.files.wordpress.com/2011/02/gg-territorio1.pdf

González O. F., y Vega B. S. (2016). *Mercados Itinerantes. Estudio Comparativo de dos mercados en México*. Revista de Ciencias Sociales (Cr), vol. I, núm. 151, enero-marzo, 127-149 Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica.

Gonzalo Vázquez (2017). *Antecedentes de la noción de economía popular: la perspectiva coraggiana revista de ciencias, arte y tecnología dossier*. cds, nº 6, diciembre/2017, issn 2422-6920 98 Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma. México.

González, (s.f). El sistema de cargas en una sociedad local urbanizada, industrializada y mestizada.

González, R. (2020). *Los circuitos económicos solidarios como noción referencial*. Revista Economía. 29-43

Gutmann, M. (2000). *Ser hombre de verdad en la ciudad de México. Ni macho ni mandilón*. México. El Colegio de México.

Harvey, D. (2010). *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*. Humanes (Madrid) Recuperado en: http://geopolitica.iiec.unam.mx/sites/default/files/2018

Hellmann, Kai-Uwe. (2007). *El consumo como cultura. Una perspectiva teórica sistémica*. Estudios Sociológicos, vol. XXV, núm. 75, septiembre-diciembre, 2007, 709-729 El Colegio de México, A.C. Distrito Federal, México.

INEGI, (2020). *Censo de Población y Vivienda*.

INEGI, (2018). *Comunicado de prensa* No. 251/18, 28 de mayo.

Juárez, N.H. (2004). *Allá…donde viven los más pobres: Cadenas globales-regionales productoras en la industria maquiladora del vestido, México.* Universidad Obrera de México/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla / Universidad de Guadalajara / Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo.

Knallinsky, (2010). *Familia, escuela y comunidad.* Revista Italiana di Educazione Familiare. N.2 Disponible en internet.

Lamnitz, L. Adler de. (1975). *Cómo sobreviven los marginados*. Siglo XXI. Madrid.

Lehalleur, M.P., y Rendón, T. (1989*). Reflexiones a partir de una investigación sobre grupos domésticos campesinos y sus estrategias de reproducción*. El Colegio de México, Coordinación de Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México.

Licona V. E. (2014). *Un sistema de intercambio híbrido: el mercado/tianguis La Purísima.* Tehuacán-Puebla, México Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología, núm. 18, enero-abril, 137-163. Universidad de Los Andes Bogotá, Colombia.
Recuperado en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81430522007
Recuperado en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1534594800

Licona G. S.; Sánchez Á. D.; Quislev V. M; Rocío; Cruz H. I. (2017). *Mercados y tianguis en la región puebla-tlaxcala: seis subsistemas de intercambio para entender las dinámicas económicas y socioculturales.* En Licona V. E.; Cabrera B. V. y Pérez P. M. I. (Coordinadoras). La región Puebla-Tlaxcala: A manera de territorio sociocultural sistémico. Editorial Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Filosofía y Letras, Facultad de Arquitectura e Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades Alfonso Vélez Pliego. México Puebla.

Llanos-Hernández, L. (2010). *El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales*. Agricultura, sociedad y desarrollo volumen 7, número 3 Universidad Autónoma Chapingo. Chapingo Estado de México.

Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Katz Editores, Argentina.

Malinowski-Bronislaw. (s.f). *La economía de un sistema de mercados en México*. Recuperado en: antropowiki.alterum.info/index.php/La_economía_de_un_sistema_de_mercados_en_México?msclkid=62cd84dfbc7f11ec9556851e43d3cb50. es.scribd.com/document/359154048/LA-ECONOMI-A-DE-UN-SISTEMA-DE-MERCADOS-EN-ME-XICO-Malinowski-Bronislaw-pdf es.scribd.com/your-account

Margulis, M. (1989). *Reproducción de la unidad doméstica, fuerza de trabajo y relaciones de producción*. En Orlandina de Oliveira, Pepín L. M. y Salles V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana* 189-216. El Colegio de México; Nacional Autónoma de México

Margulis, M.; Rendón, T. y Pedrero, M. (1981). *Fuerza de trabajo y estrategias de supervivencia en una población de origen migratorio: colonias populares de reynosa.* Revista Demografía y Economía, vol. XV, núm. 3, México: El Colegio de México.

Margulis, M. (1989). *Reproducción de la unidad doméstica, fuerza de trabajo y relaciones de producción*. En de Oliveira O.; Pepín, L. M. y Salles, V. (Comps), Grupos domésticos y reproducción cotidiana, 189-216. El Colegio de México.

Massiris C. A. (2005). *Perspectiva Geográfica. Ordenamiento Territorial*. Recuperado en: http://www.banrep.gov.co/letra-m/masir/9.htm.

Meil L. G. (2011). *La protección social a las familias en España.* Almeda Samarench. E. y Di Nella, Dino. (Eds) Bienestar, protección social y monoparentalidad. Colección familiar monoparentales y diversidad familiar, núm. 11, vol.2 cap.4 págs. 67-92, Barcelona. Copalqui Editorial. ISBN 978-84-939248-2-9. Primera edición.

Montañez G. G. y Delgado, M. O. (s.f.). *Espacio, Territorio y Región: conceptos básicos para un proyecto nacional*. Recuperado en: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6581689.pdf

Montiel, T. M. A. (2014). *Los comerciantes de ropa de la región Puebla-Tlaxcala en el contexto de la crisis económica de 2008*. Centro de Investigaciones y Estudios de Posgrado en Antropología Social. Morante, L. R. (2009). *Las antiguas rutas comerciales: un camino por las sierras nahuas de Puebla y Veracruz*. Caminos y mercados de México. Coordinadoras Long T. J. y Attolini, L. A. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Nacional de Antropología e Historia México.

Mora, M. B. (s.f.). *Solidaridad Familiar y Resiliencia*. Disponible en: Solidaridad Familiar 51_6.pdf-Adobe Acrobat Reader DC.

Narotzky, S. (2007). *El lado oculto del consumo.* Cuadernos de Antropología Social, núm. 26, 21-39 Universidad de Buenos Aires Buenos Aires, Argentina

Núñez, G. H. (2015). *El tianguis de San Martín Texmelucan, Puebla. Disputa y apropiación del espacio público, 2014-2015*. Secretaria de Investigación Científica y Posgrado. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias sobre Análisis Regional. Universidad Autónoma de Tlaxcala.

OIT. (2014). *El empleo informal en México: situación actual, políticas y desafíos*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

Oliveira, O. (1994). *Unidades Domésticas y familias censales*. Centro de Estudios Sociológicos. El Colegio de México.

Quesnel, A. y Lerner, S. (2021). El espacio familiar en la reproducción social: grupos domésticos residenciales y grupos de interacción. Coordinación de Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México. El Colegio de México.

Oulhaj, L. y Levesque, B. (Coords.). (2015). *Las finanzas solidarias en algunos países de América Latina: ¿hacia un sistema y un ecosistema de economía social y solidaria?* Universidad Iberoamericana Puebla; México.

Páez, G. (1984). *Sociología de la familia*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Paramo, M. D. (2018) *Antropología organizacional en Pensamiento & Gestión*. no.45 Barranquilla July/Dec. 2018 Print versión ISSN 1657-6276On-line versión ISSN 2145-941

Paleta, P. G. (2014). *El sistema de cargos en la configuración de la clase obrera con orígenes rurales en la región de Cholula, Puebla*. Dimensión Antropológica, Año 21, Vol. 61, mayo/agosto, 2014

Paré, L. (1975). *Tianguis y economía capitalista.* Nueva Antropología. vol. I, núm. 2, octubre, 85-93 Asociación Nueva Antropología A.C. Distrito Federal, México. Recuperado en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15900204

Peredo B. E. (2003). *Mujeres, trabajo doméstico y relaciones de género: reflexiones a propósito de la lucha de las trabajadoras bolivianas*. Consejo Latinoamericana de ciencias Sociales (CLACSO).

Pepin, L. M. y Rendón, T. (1989). *Reflexiones a partir de una investigación sobre grupos domésticos campesinos y sus estrategias de reproducción*. En de Oliveira O., Marielle Pepín L. y Salles, V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana* 107-126. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México

Plattner, S. (1991). *Antropología Económica*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Alianza Editorial. Distrito Federal México.

Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Atlixco. 2000 y 2011-2014

Pliego, C. F. (2015). *Las familias en México. Estructuras de Organización, Procesos de cambio 2000-2010 y consecuencias en el bienestar de niños y adultos*. Editorial Porrúa.

Pliego, C.F. (2015). *Las familias en Puebla. Estructura de organización, procesos de cambio 2000-2010 y consecuencias en el bienestar de niños y adultos*. Centro de Estudios de la Familia y Sociedad (CEFAS). Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

Quesnel, A. y Lerner, S. (2021). El espacio familiar en la reproducción social: grupos domésticos residenciales y grupos de interacción. Coordinación de Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México. El Colegio de México.

Quiroz, E., (2013). *Los mercados en la Colonia.* Arqueología Mexicana núm. 122, 68-73.

Quesnel, A. y Lerner, S.(1989). *El espacio familiar en la reproducción social: grupos domésticos residenciales y grupos de interacción (Algunas reflexiones a partir del estudio de la zona henequenera).* En de Oliveira O., Pepín L. M. y Salles, V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana*, 39-80. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México

Quilodrán, J. (1989). *Algunas implicaciones demográficas y sociales de la dinámica de uniones*. En de Oliveira O. Pepín L. M. y Salles, V. (Comps), *Grupos domésticos y reproducción cotidiana*, 81-104. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México

Razeto, L.M. (1993). *De la economía popular a la economía de solidaridad, en un proyecto*

de desarrollo alternativo. Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana.

Rodríguez, D. (1981). *Discusiones en torno al concepto de estrategias de supervivencia*". Demografía y Economía (México DF) Vol. 15. No. 2. Disponible en 514-516-1-PB. Pdf

Rodríguez, L. H. (s.f). *Escuela, comunidad e identidad cultural: recreación de las tradiciones populares*. I congreso Online sobre educación en el siglo XXI. Universidad Cien Fuegos. Facultad de Historia, Arte y lenguas.

Rojas, O. L. (2010). *Género, organización familiar y trabajo extradoméstico*

femenino asalariado y por cuenta propia. Revista latinoamericana. Estudio de la familia. Vol. 2, enero - diciembre, 2010. 31–50.

Ruiz, U. E. (1989). *La región: un debate permanente*. Lurralde nº 12, 17-125. Recuperado en: http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur12/12ruiz/12ruiz.htm

Román-R. P.; Padrón-I. M.; Ramírez-G. T. (2012). "*Trabajo y familia: ¿cómo se articula esta frágil relación?"* Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 19, núm. 60, septiembre-diciembre, 2012; 229-253 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México.

Sáenz Z., J., A y Garza, N. (2019). *Regiones funcionales en los municipios del norte del departamento del magdalena en Colombia: un enfoque desde el modelo clásico de Christaller*. Cuadernos de Economía. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Economía. Universidad Nacional de Colombia.

Salas, Q. H. y Rivermar, P. L. (2011). Nuevas Ruralidades en el sur de Tlaxcala.

Sandoval Moreno, Adriana Hernán Salas Quintanal, Ma. Leticia Rivermar Pérez y Paola Velasco Santos (editores) Nuevas ruralidades. Expresiones de la transformación social en México UNAM y Juan Pablos Editores, México D.F., 2011, 219 págs. Iconos. Revista de Ciencias Sociales, núm. 47, septiembre, 2013, pp. 160-162 Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Quito, Ecuador.

Sánchez, P. Joan-Eugeni. (1990). Espacio, economía y sociedad. Siglo Veintiuno de España Editores, S.A.

Salles, V. (1989). *Una discusión sobre las condiciones de la reproducción campesina*. En de Oliveira, O.; Pepín, L. M. y Salles, V (Comps), Grupos domésticos y reproducción cotidiana, 127-160. El Colegio de México; Universidad Nacional Autónoma de México.

Salles, V. (1982). *Una discusión sobre las condiciones de la reproducción campesina*. Revista de Estudios Sociológicos, vol. 2, núm.4. El Colegio de México.

Salles, V. (1984). Una discusión sobre las condiciones de la reproducción campesina. *Estudios Sociológicos De El Colegio De México*, *2*(4), 105–134. https://doi.org/10.24201/es.1984v2n4.1361

Sánchez, H. J. L., (2001). *La región y el enfoque regional en geografía económica*. Artículo en Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles. January 2001. Recuperado en: https://www.researchgate.net/publication/28081098

Sánchez J. E. (1991). *Espacio, Economía y Sociedad*. Primera edición, abril de 1991 Siglo XXI de España Editores, S.A. ISBN: 84-323-0716-5

Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU); Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda. Dirección General de Desarrollo Regional. (s.f.) *Metodología de la Regionalización Funcional de México*. Recuperado en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54214/Metodol

Segota, R. (2013). *Antropología de la demanda*. Antropología Organizacional. Recuperado en https://antropologiaorganizacional10.wordpress.com/category/articulos/

Solís López *et al.* (2022). *Prácticas del comercio tradicional en el mercado Cosme del Razo en San Pedro Cholula, Puebla, México*. Revista de El Colegio de San Luis. Nueva época. año X, número 21 enero a diciembre de 2020. El Colegio de San Luis.

Swedberg, (2005). The handbook of economic sociology. Princeton University Press, princeton and oxford. russell sage foundation, new york

Tassi, N. y Poma, W. (2020). *Los caminos de la economía popular: circuitos económicos populares y reconfiguraciones regionales*. Temas Sociales 47 - noviembre de 2020, 10-35, ISSN 0040-2915

Torrado, S. (1981). *Sobre los conceptos de estrategias familiares de vida y proceso de reproducción de la fuerza de trabajo*. Demografía y Economía (México DF) Vol.15, No. 2.

Torrado, S. (1982). *El enfoque de las estrategias familiares de vida en América Latina. Orientaciones teóricas-metodológicas*. Cuadernos del CEUR (Buenos Aíres) No.2.

Torres V. L. E.; Ortega S. P.; Garrido G. A. y Reyes L. A. G. (2008).

Dinámica familiar en familias con hijos e hijas. Revista Intercontinental de Psicología y Educación, 31-56.

Thisse, J.F. (1997). *De l'indétermination des régions et de quelques inconvénients qui en résultent"*. L'Espace Géographique vol. 26, pp. 135-148. Recuperado en: www.persee.fr/docAsPDF/spgeo_0046-2497_1997_num_26_2_1064.pdf

Velázquez G. Y. (2012). *Transmisión cultural y construcción social de la persona nahua*. ETNICEX Revista de Estudios Etnográficos, 82-97.

Velázquez Y. (2013). *Interdependencia y economía de dones. La ayuda como forma económica básica*. Antípoda Revista de Arqueología y Etnología, 175-201 Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Vélez-I. C. (1993). *Lazos de confianza. Los sistemas culturales y económicos de crédito en las poblaciones de Estados Unidos y México*. Fondo de Cultura Económica.

Villela F. S. (2013). *Mercados indígenas en México*, Arqueología Mexicana núm. 122, pp. 74-79

Velázquez G. Y. (2012). *Transmisión cultural y construcción social de la persona nahua*. ETNICEX Revista de Estudios Etnográficos 4, 82-97.

Velasco Santos, P. (s.f.) *Caminos, reacomodos y permanencias en San André, Cholula, Puebla: La construcción de una forma actual de la ruralidad*.

Zabala, S. E. H (2008). Economía Solidaria y del trabajo. Guía didáctica y Módulo. Fundación Universitaria Luis Amigó facultad de ciencias administrativas, económicas y contables. Medellín, 2008.

Zelizer, V. (s.f.) 2005. Cultura y consumo.

Zamorano, V. C. C. (1998); *La solidaridad familiar… ¿la solidaridad familiar? Algunas ideas sobre el peso de una idea*. Disponible en: Zamorano La Solidaridad Familiar 652-652-1-PB.pdf Acrobat Redar DC.

APENDICE

BUAP

Oficio No. SIEP – DIESS/221/2023
Asunto: ***Autorización de impresión***

Mtro. José Trinidad Deolarte Deolarte
Doctorado Interinstitucional en Economía Social Solidaria
P R E S E N T E.

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:

"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

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.

A t e n t a m e n t e
"Pensar bien, para vivir mejor"
H. Puebla de Z, 17 de noviembre de 2023

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

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

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA · 1578 · FACULTAD DE ECONOMÍA SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE POSGRADO

Facultad de Economía | Calle de la Academia s/n, entre Avenida Universidad y Avenida San Claudio, Ciudad Universitaria, Puebla C.P. 72592
Tel. 222 229 55 00 Ext. 5605

BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado Interinstitucional en Economía Social Solidaria, elaborada por el Mtro.

José Trinidad Deolarte Deolarte

Titulada:

"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

A T E N T A M E N T E
"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"
H. Puebla de Z., a 21 de septiembre 2023

DR. SAÚL ENOÉ MACÍAS GAMBOA
Director de Tesis

Facultad de Economía
Calle de la Academia s/n, entre Avenida Universidad y Avenida San Claudio, Ciudad Universitaria, Puebla C.P. 72592
Tel. 222 229 55 00 Ext. 5605

BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado Interinstitucional en Economía Social Solidaria, elaborada por el Mtro.

José Trinidad Deolarte Deolarte

Titulada:

"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

A T E N T A M E N T E
"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"
H. Puebla de Z., a 21 de septiembre 2023

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
Revisora

Facultad de Economía
Calle de la Academia s/n, entre Avenida Universidad y Avenida San Claudio, Ciudad Universitaria, Puebla C.P. 72592
Tel. 222 229 55 00 Ext. 5605

Asunto: Termino de Asesoría

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado Interinstitucional en Economía Social Solidaria, elaborada por el Mtro.

José Trinidad Deolarte Deolarte

Titulada:

"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

A T E N T A M E N T E
"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"
H. Puebla de Z., a 21de septiembre 2023

DRA. MARÍA ELENA ROJAS HERRERA
Revisora

Facultad de Economía
Calle de la Academia s/n, entre Avenida Universidad y Avenida San Claudio, Ciudad Universitaria, Puebla C.P. 72592
Tel. 222 229 55 00 Ext. 5605

Asunto: Dictamen de tesis
Doctoral

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL
EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Por este conducto le hago llegar el resultado de la evaluación que he realizado a la tesis que presenta el estudiante José Trinidad Deolarte Deolarte, y que lleva por título **"Tianguis y unidad socioeconómica familiar: Emprendimiento doméstico y economía popular en la región funcional y el circuito mercantil"**

La cual se podrá presentar en el examen correspondiente para obtener el grado de Doctor en Economía Social Solidaria.

La evaluación arrojo la siguiente consideración:

- [X] Autorizar la tesis para proceder al examen de grado;
- [ ] Recomendar o hacer observaciones a subsanar por parte del sustentante;
- [ ] No autorizar la tesis para el examen de grado.

Sin otro particular, le agradezco la oportunidad que se me ofreció para revisar el trabajo de investigación doctoral antes referido.

Sin más por el momento, me despido de usted.

A T E N T A M E N T E
H. Puebla de Z. a 13 de noviembre de 2023

Dr. Erik Tapia Mejía

Asunto: Dictamen de tesis
Doctoral

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL
EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Por este conducto le hago llegar el resultado de la evaluación que he realizado a la tesis que presenta el estudiante José Trinidad Deolarte Deolarte, y que lleva por título **"Tianguis y unidad socioeconómica familiar: Emprendimiento doméstico y economía popular en la región funcional y el circuito mercantil"**

La cual se podrá presentar en el examen correspondiente para obtener el grado de Doctor en Economía Social Solidaria.

La evaluación arrojo la siguiente consideración:

- ☑ Autorizar la tesis para proceder al examen de grado;
- ☐ Recomendar o hacer observaciones a subsanar por parte del sustentante;
- ☐ No autorizar la tesis para el examen de grado.

Sin otro particular, le agradezco la oportunidad que se me ofreció para revisar el trabajo de investigación doctoral antes referido.

Sin más por el momento, me despido de usted.

A T E N T A M E N T E
H. Puebla de Z., a 10 de octubre de 2023

Dr. Julián Paz Calderón

Asunto: Dictamen de tesis
Doctoral

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL
EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Por este conducto le hago llegar el resultado de la evaluación que he realizado a la tesis que presenta el estudiante José Trinidad Deolarte Deolarte, y que lleva por título **"Tianguis y unidad socioeconómica familiar: Emprendimiento doméstico y economía popular en la región funcional y el circuito mercantil"**

La cual se podrá presentar en el examen correspondiente para obtener el grado de Doctor en Economía Social Solidaria.

La evaluación arrojo la siguiente consideración:

- X Autorizar la tesis para proceder al examen de grado;
- ☐ Recomendar o hacer observaciones a subsanar por parte del sustentante;
- ☐ No autorizar la tesis para el examen de grado.

Sin otro particular, le agradezco la oportunidad que se me ofreció para revisar el trabajo de investigación doctoral antes referido.

Sin más por el momento, me despido de usted.

A T E N T A M E N T E
H. Puebla de Z., a 09 de octubre de 2023

Dra. María Isabel Angoa Pérez

Asunto: Dictamen de tesis
Doctoral

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL
EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Por este conducto le hago llegar el resultado de la evaluación que he realizado a la tesis que presenta el estudiante José Trinidad Deolarte Deolarte, y que lleva por título **"Tianguis y unidad socioeconómica familiar: Emprendimiento doméstico y economía popular en la región funcional y el circuito mercantil"**

La cual se podrá presentar en el examen correspondiente para obtener el grado de Doctor en Economía Social Solidaria.

La evaluación arrojo la siguiente consideración:

- [X] Autorizar la tesis para proceder al examen de grado;
- [ ] Recomendar o hacer observaciones a subsanar por parte del sustentante;
- [ ] No autorizar la tesis para el examen de grado.

Sin otro particular, le agradezco la oportunidad que se me ofreció para revisar el trabajo de investigación doctoral antes referido.

Sin más por el momento, me despido de usted.

A T E N T A M E N T E
H. Puebla de Z., a 10 de octubre de 2023

Dra. María de Lourdes Herrera Feria

Asunto: Dictamen de tesis
Doctoral

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ
COORDINADORA DEL DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL
EN ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA
P R E S E N T E

Por este conducto le hago llegar el resultado de la evaluación que he realizado a la tesis que presenta el estudiante José Trinidad Deolarte Deolarte, y que lleva por título **"Tianguis y unidad socioeconómica familiar: Emprendimiento doméstico y economía popular en la región funcional y el circuito mercantil"**

La cual se podrá presentar en el examen correspondiente para obtener el grado de Doctor en Economía Social Solidaria.

La evaluación arrojo la siguiente consideración:

- X Autorizar la tesis para proceder al examen de grado;
- ☐ Recomendar o hacer observaciones a subsanar por parte del sustentante;
- ☐ No autorizar la tesis para el examen de grado.

Sin otro particular, le agradezco la oportunidad que se me ofreció para revisar el trabajo de investigación doctoral antes referido.

Sin más por el momento, me despido de usted.

A T E N T A M E N T E
H. Puebla de Z., a 18 de octubre de 2023

Dra. María Elena Rojas Herrera

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ECONOMÍA

DOCTORADO INTERINSTITUCIONAL EN ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA

SE APRUEBA LA TESIS:
"TIANGUIS Y UNIDAD SOCIOECONÓMICA FAMILIAR: EMPRENDIMIENTO DOMÉSTICO Y ECONOMÍA POPULAR EN LA REGIÓN FUNCIONAL Y EL CIRCUITO MERCANTIL"

DEL ESTUDIANTE:

JOSÉ TRINIDAD DEOLARTE DEOLARTE

VOTO REVISOR 1:

DR. ERIK TAPIA MEJÍA

VOTO REVISOR 2:

DR. JULIÁN PAZ CALDERÓN

VOTO REVISOR 3:

DRA. MARÍA ISABEL ANGOA PÉREZ

VOTO REVISOR 4:

DRA. MARÍA DE LOURDES HERRERA FERIA

VOTO REVISOR 5:

DRA. MARÍA ELENA ROJAS HERRERA