

De la parcela al mercado: estrategias económicas de las unidades domésticas campesinas en el mercado de Santiago Mixquitla

From the Plot to the Market: Economic Strategies of the Peasant Domestic Units in the Santiago Mixquitla Market

Mayra Karina Solís López*  <https://orcid.org/0000-0002-4152-7859>

José Arturo Méndez Espinoza**  <http://orcid.org/0000-0002-9733-4175>

Javier Ramírez Juárez***  <http://orcid.org/0000-0002-4993-6139>

Nicolás Pérez Ramírez****  <http://orcid.org/0000-0003-2233-3765>

José Regalado López*****  <http://orcid.org/0000-0001-7548-4386>

José Álvaro Hernández Flores*****  <https://orcid.org/0000-0002-8349-0505>

Resumen

Objetivo: analizar las estrategias para obtener recursos económicos que utilizan las unidades domésticas campesinas, cuya actividad principal es la agricultura familiar y la comercialización de sus productos en el mercado de Santiago Mixquitla en San Pedro Cholula, Puebla. **Metodología:** se aplicó una encuesta a treinta comerciantes y una entrevista en profundidad a cinco integrantes de dichas unidades. **Resultados:** 32.1% de la muestra está constituida por más de dos núcleos reproductivos que comercializan hortalizas, frutas, semillas y productos de origen prehispánico transformados que son parte de la gastronomía local, como el pulque. Se detectó que sus integrantes también se dedican al trabajo doméstico, al cuidado de personas, al aprovechamiento de los recursos forestales y al trabajo asalariado. **Valor:** se aporta información actual sobre familias campesinas y sus estrategias de reproducción social. **Limitaciones:** el estudio se circunscribe a las unidades domésticas de campesinos comerciantes que acuden a los tianguis y a los mercados de San Pedro Cholula. **Conclusiones:** la unidad doméstica campesina recurre a múltiples estrategias económicas para obtener los recursos de subsistencia.

Palabras clave: estrategias; unidad doméstica campesina; comerciantes; mujeres; participación familiar.

■ **Cómo citar:** Solís López, M. K., Méndez Espinoza, J. A., Ramírez Juárez, J., Pérez Ramírez, N., Regalado López, J., y Hernández Flores, J. A. (2022). De la parcela al mercado: estrategias económicas de las unidades domésticas campesinas en el mercado de Santiago Mixquitla. *región y sociedad*, 34, e1595. doi: 10.22198/rys2022/34/1595

Abstract

Objective: to analyze the peasant households' strategies for obtaining resources from family farming and commercialization of their products in the Santiago Mixquitla market in San Pedro Cholula, Puebla. **Methodology:** a survey was applied to thirty merchants and an in-depth interview to five members of peasant households. **Results:** 32.1% of the sample is constituted by two or more reproductive nuclei that commercialize vegetables, fruits, seeds and transformed products of pre-Hispanic origin that are part of the local gastronomy, such as pulque. It was also found out that, in a differentiated way, that its members also carry out domestic and care work, take advantage of forest resources, and execute wage labor. **Value:** the study provides up-to-date information on peasant families and their social reproduction strategies. **Limitations:** the study is circumscribed to the merchant peasant domestic units that participate in the tianguis and markets of San Pedro Cholula. **Conclusions:** the peasant domestic unit deploys to multiple economic strategies to obtain subsistence resources.

Keywords: strategies; peasant domestic units; merchants; women; family participation.

*Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Km. 125.5 Carretera Federal México-Puebla, Puebla, México. Correo electrónico: solis.mayra@colpos.mx

**Autor para correspondencia. Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Km. 125.5 Carretera Federal México-Puebla, Puebla, México. Correo electrónico: jamendez@colpos.mx

***Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Km. 125.5 Carretera Federal México-Puebla, Puebla, México. Correo electrónico: rjavier@colpos.mx

****Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Km. 125.5 Carretera Federal México-Puebla, Puebla, México. Correo electrónico: perez.nicolas@colpos.mx

*****Colegio de Postgraduados Campus Puebla. Km. 125.5 Carretera Federal México-Puebla, Puebla, México. Correo electrónico: josere@colpos.mx

*****El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales. Carretera Picacho Ajusco núm. 20, Colonia Ampliación Fuentes del Pedregal, Tlalpa, Ciudad de México. Correo electrónico: jalvaro@colmex.mx

Recibido: 10 de enero de 2022.

Aceptado: 16 de mayo de 2022.

Liberado: 10 de agosto de 2022.



Esta obra está protegida bajo una Licencia
Creative Commons Atribución-No Comercial
4.0 Internacional.

Introducción

El mercado es un espacio social estructurado de mercadeo que opera de forma permanente, a diferencia de los tianguis que se celebran un día a la semana. En estos lugares, las familias campesinas acuden a comercializar productos o subproductos derivados de la agricultura familiar (AF). Esta se define como el conjunto de actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas, pesqueras, acuícolas o de pastoreo que despliega la fuerza de trabajo familiar, cuyo objeto es obtener productos para el autoconsumo o para la venta. En dichas actividades la mano de obra familiar y la parcela, sin importar el régimen de propiedad de la tierra, están muy vinculadas entre sí y desempeñan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria [CEDRSSA], 2014; Salcedo, O y Guzmán, 2014). En general las características que se desarrollan en la AF de acuerdo con Hocsman (2014), presentan una “escala muy reducida, ausencia o carencia de tecnologías apropiadas, deficientes recursos de estructura (tierra y capital), escasa coordinación y participación en las organizaciones, dificultades de acceso al crédito, dificultad en la comercialización, bajos ingresos y falta de legislación apropiada” (p. 20).

A pesar de que la escala de producción de la AF es muy reducida en términos de valor, genera más de 80% de los alimentos del mundo. Desempeña por lo tanto un papel importante para la seguridad alimentaria. Además, es la fuente de ingresos de un gran número de personas en condición de pobreza, incluidas las mujeres, quienes realizan más de 50% del trabajo agrícola (Arias, Hallam, Krivonos y Morrison, 2013; Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] y Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola [FIDA], 2019). Las estimaciones de Leporati, Salcedo, Jara, Boero y Muñoz (2014) muestran que en América Latina y el Caribe hay alrededor de 16.5 millones de explotaciones agrícolas familiares, de las cuales 35% se ubica en América Central y México.

En los países latinoamericanos se han localizado diferentes tipos de agricultores familiares: 1) aquellos que producen solo para el autoconsumo sin lograr cubrir el total de sus necesidades, por lo que recurren a actividades fuera de la finca, como el trabajo asalariado; 2) los que producen para el autoconsumo y comercializan pequeñas cantidades de excedentes en mercados locales o a intermediarios; 3) los que producen lo que consumen y además mantienen vínculos con el mercado, pero requieren algún tipo de apoyo para fortalecer y ampliar estos vínculos (Brandalise, Martín, Pinto, Serrano y Sánchez, 2017). En Guatemala, el Programa de Agricultura Familiar para el Fortalecimiento de la Economía Campesina 2012-2015, reconoce la presencia de población indígena que practica agricultura de infrasubsistencia (tipo 1); además identifica una cuarta categoría: la agricultura de producción comercial dedicada a la exportación de productos tradicionales, con acceso al crédito y a las tecnologías agrícolas, aunque tiene deficiencias en cuanto a la asistencia técnica (FAO, 2012).

Las unidades productivas que practican la AF han sido objeto de múltiples clasificaciones, según sea el nivel de autoconsumo, la capitalización, la inte-

gración a los mercados, la producción de cultivos, la presencia indígena o sus actividades no agrícolas, entre otras. Para el caso mexicano, la clasificación que hizo el Centro de Investigaciones Agrarias en 1960 se basó en el valor de la producción. Dicha institución definió cinco categorías: *a)* de infrasubsistencia, en la que se ubican todas las unidades que no pueden pagar ningún empleo al año; *b)* la subfamiliar, aquella que tiene menos de dos empleos; *c)* la familiar, en la que hay entre dos y cuatro empleos; *d)* la multifamiliar mediana, que tiene entre cuatro y doce empleos; y *e)* la multifamiliar grande, con más de 12 empleos (Warman, 2001).

Cuevas (2019) tipifica las unidades domésticas campesinas (UDC) en productoras agropecuarias, las subsidiadas y las proletarias, a partir de cuatro fuentes de ingreso: la producción de autoconsumo, la producción mercantilizada, el tiempo de trabajo vendido de tipo asalariado, ya sea permanente o temporal, y los subsidios.

La categorización de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (1981), propuesta ya algunas décadas atrás pero vigente en la actualidad, establece las siguientes unidades: de *infrasubsistencia*, que son las unidades que tienen pocas tierras de labor y, por consiguiente, la incapacidad de satisfacer los requerimientos alimentarios de la familia; las de *subsistencia*, cuyo potencial rebasa el que requiere la alimentación pero es insuficiente para crear un fondo de reposición; las *estacionarias*, aptas para producir un excedente por encima de las necesidades de consumo; y las *excedentarias*, que tienen el potencial necesario para acumular un excedente más allá de las necesidades de reproducción simple.

El *Diagnóstico del sector rural y pesquero de México 2012* (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA] y FAO, 2012) agrupa en tres estratos las unidades productivas con problemas de capitalización. El primero (E1) corresponde a las de subsistencia sin vinculación con el mercado: su actividad principal es la agricultura pero con una producción insuficiente, incluso para el autoconsumo. Sus oportunidades laborales son escasas, al igual que sus bienes de capital. Su nivel tecnológico es bajo y son muy vulnerables a los eventos climáticos.

El segundo estrato (E2) es el de subsistencia con vinculación al mercado. Las familias productoras presentan deficiencias en la productividad, así como en la capacidad de inserción laboral de sus integrantes, quienes llevan a cabo actividades no agropecuarias, sobre todo en tiendas y en tortillerías. En este estrato se agrupa 50.6% de las unidades productivas de México, que se concentran en las regiones centro y sur del país, en los estados con mayores índices de pobreza y marginación. En estos dos estratos hay bajos niveles de escolaridad y sus condiciones de nutrición y de salud familiar son inadecuadas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2015; Instituto Nacional de Salud Pública [INSP], 2012).

Las unidades productivas en transición (E3) se caracterizan por tener deficiencias en la producción, por su débil integración a las cadenas productivas y por su vulnerabilidad ante eventos climáticos. Los tres estratos antes mencionados participan en el proceso de degradación ambiental debido a las prácticas

agropecuarias insostenibles, a la pérdida de suelos, a la deforestación y a la sobreexplotación de recursos pesqueros. Los estratos 4, 5 y 6 tienen tendencia empresarial, pero con una inadecuada gestión y un bajo nivel tecnológico. Incumplen los contratos, se les dificulta obtener apoyos institucionales y sus costos de innovación son elevados. Se concentran en las regiones noroeste, occidente y Bajío de México.

En las unidades familiares del E2 son muy importantes los mercados y los tianguis,¹ ya que son los principales canales de comercialización y también los espacios principales para el abasto de alimentos. De acuerdo con la FAO (2019), 70% de los alimentos consumidos en México se adquieren en cuatro sitios principales: mercados, tiendas de abarrotes, tiendas especializadas y supermercados. Cada región mantiene sus particularidades. En el centro-sur los mercados y los tianguis tienen un papel destacado por ser los sitios populares por excelencia para vender y adquirir alimentos.

Puesto que la AF sienta sus bases en el trabajo y en las múltiples actividades de cada uno de los integrantes de la unidad productiva, es primordial el estudio conjunto de los componentes de la estrategia familiar, como el trabajo asalariado, las actividades no agrícolas por cuenta propia y las actividades no remuneradas, como el trabajo doméstico y de cuidado de personas (Maletta, 2011). Cada una de esas actividades tiene el propósito de la reproducción familiar y, de acuerdo con Román, Padrón y Ramírez (2012) y Torrado (2006), abarca todos los comportamientos que se manifiestan al interior de los hogares relacionados con la obtención de los recursos de subsistencia, y la fuerza de trabajo de los miembros es el medio fundamental para conseguirlos. De este modo, las ocupaciones de cada miembro de la familia, el tipo de productos y servicios, los medios de trabajo, la forma de satisfacer las necesidades de consumo, la manera de obtener los bienes y la participación en cada una de las actividades según la edad y el sexo de los miembros, son ejemplos de estos comportamientos. Así, las actividades de las unidades productivas dependerán de la dinámica, composición y organización de los hogares (Román et al., 2012).

Las diferentes vías que toman los hogares para cubrir sus necesidades están influidas por las formas de organización económica vigentes en la sociedad, hecho que se hace evidente en su participación en los mercados de trabajo, de la tierra y de los insumos, entre otros (Murmis y Cucullu, 1980). No obstante, la estricta ideología capitalista que priva en las sociedades modernas, muchos campesinos siguen produciendo bienes tradicionales sin apelar a la racionalidad económica del cálculo entre costo y beneficio (Chayanov, 1974).

Si bien hay una documentación amplia sobre las estrategias de las familias campesinas, son pocos los estudios que las abordan desde la perspectiva de las UDC que comercializan la mayoría de sus productos en tianguis y mercados mexicanos, sitios donde subsisten prácticas prehispánicas, como el trueque, sistema antiguo de reciprocidad que consiste en el intercambio de bienes sin la

1 Los mercados y los tianguis son espacios sociales estructurados, ya sea de manera física o virtual, para el intercambio de bienes y servicios; sin embargo, los primeros operan de forma permanente los siete días de la semana, mientras que los segundos, por lo general se celebran los miércoles y domingos, o bien, es durante estos días que presentan una mayor actividad comercial.

mediación de la moneda. El trabajo y el tiempo que se emplean en la producción de un producto son las bases para asignarle un valor de cambio (Arellanes, Arellanes y Ayala, 2017; Fabre y Jiménez, 2015; Guzmán et al., 2017).

El presente artículo contribuye al conocimiento de las características socio-demográficas de los miembros de las UDC que expenden productos y subproductos derivados de la AF en los mercados y tianguis, así como de las diversas estrategias que desarrollan para obtener recursos económicos.

El estudio tiene como objetivo analizar las estrategias para obtener recursos económicos que llevan a cabo las UDC que venden productos agrícolas y alimentos en el mercado de Santiago Mixquitla, entre las que sobresalen las prácticas del mercadeo, las actividades de traspasamiento y de trabajo doméstico, las tareas asalariadas, el trueque y la participación de la familia en cada una de ellas.

La unidad doméstica campesina (UDC)

Aunque hay gran diversidad de estrategias que despliegan las familias campesinas, hay un consenso sobre las características que las identifican como UDC. El estudio del dinamismo y de la habilidad de adaptación de tales grupos —que en apariencia resultan contradictorios en sus múltiples facetas (económicas, culturales, sociales, ideológicas, etcétera)— es fundamental para abordar las UDC, pues estas ofrecen varias formas de racionalidad económica (Liceaga, 2021).

Algunos de los criterios mediante los cuales se han clasificado las UDC, se basaban en las reglas matrimoniales, de residencia o en los ciclos de desarrollo (Lazos y Godínez, 1996). Fortes (1969), Margulis, Rendón y Pedrero (1981) comparan el funcionamiento del grupo doméstico con el ciclo de vida de los organismos vivos y distinguen algunas etapas principales por las cuales atraviesa dicho grupo. 1) La etapa de *formación* es cuando se constituye el núcleo o la unidad productiva conformada por una pareja todavía sin hijos. 2) La de *expansión* inicia con la procreación de los hijos, que serán dependientes de sus padres en los aspectos afectivos, económicos y jurídicos. 3) La etapa de *dispersión* o fisión es cuando cada uno de los hijos se unen con una pareja. 4) La etapa de *reemplazo* es cuando se produce la muerte de los padres y en consecuencia tiene lugar una sustitución en la estructura social con las nuevas familias formadas por los hijos. Con base en estas fases, las UDC pueden tipificarse según el número de núcleos reproductivos completos o incompletos y conforme a si lo constituyen parientes o no.

En relación con características más específicas, Hammel (1984) y Margulis et al. (1981) concuerdan en que la UDC tiene un grupo mínimo de personas que se concentran en una o varias actividades identificables con facilidad, algunas de las cuales se relacionan de manera directa con la reproducción social inmediata, lo que en muchos casos es una defensa contra la desocupación, los ingresos insuficientes, la vejez o la enfermedad. En este sentido, sobresale el intercambio tradicional de productos en los mercados locales como una forma en la que este tipo de unidades domésticas se inserta en el ciclo de producción social de alimentos. En esos lugares, además, se establecen relaciones entre pares para

comprar o intercambiar los productos que no se producen en el seno de las UDC. Mediante las diferentes formas de inserción en los mercados de productos, laborales o de servicios, pueden caracterizarse los ámbitos rurales-urbanos de reproducción social de las UDC.

Todas las actividades, incluidas las vinculadas con el comercio de productos tradicionales, aumentan la complejidad de la organización de la UDC, porque hay diferencias en cuanto a la naturaleza, la prioridad y el número de actividades de cada grupo, por lo cual se produce una gran diversidad de UDC, incluso dentro de una misma localidad (Hammel, 1984; Margulis et al., 1981). También es posible verificar dicha heterogeneidad cuando se observa la distinción de los activos productivos que cada una posee, lo que produce una diferenciación social.

Factores como la residencia o el parentesco se tornan a menudo secundarios y subordinados frente a actividades de mayor importancia, como la producción, la distribución, el consumo y la transmisión de bienes (Devillard, 1990).

El presente trabajo entiende la UDC como el grupo doméstico en el que sus integrantes comparten patrones culturales y organizan las actividades cotidianas para satisfacer sus necesidades de subsistencia y que se comporta como una unidad de producción, de consumo y de reproducción. Los miembros no necesariamente cohabitan bajo el mismo techo ni mantienen lazos de parentesco, y sus prácticas productivas, culturales y sociales se orientan hacia la búsqueda de un equilibrio entre trabajo y consumo (Chayanov, 1974; Hocsman, 2014; Moyano y Sevilla-Guzmán, 1978; Oliveira, 1988; Santiago, 2004; Toledo, 1993).

Metodología

La investigación es cualitativa y deriva de un estudio doctoral titulado Permanencia de las unidades domésticas campesinas en la dinámica del comercio tradicional en San Pedro Cholula, Puebla, destinado a conocer los factores que dan permanencia a las UDC en los mercados tradicionales. Así, en el mercado de Santiago Mixquitla se aplicó una cédula de entrevista *in situ* a 30 UDC comerciantes, una entrevista semiestructurada a tres informantes clave y una entrevista en profundidad a cinco UDC que expenden productos agropecuarios en alguno de los tres mercados del municipio.

Se seleccionaron las UDC comerciantes y a los informantes clave del mercado de Santiago Mixquitla, y se diseñaron los instrumentos para recabar la información. Una vez elegida la muestra, se aplicaron las entrevistas, se analizaron los datos y se procesaron.

Selección de las unidades de estudio

Para determinar la población de estudio se realizó un muestreo por conveniencia, y el criterio para la selección de las UDC fue que estas comercializaran productos y subproductos derivados de la AF uno o varios días a la semana en el mercado de Santiago Mixquitla.

Solís et al. (2020) identificaron dos tipos de comerciantes en otros mercados del municipio. 1) Los *establecidos*, que por lo general son los propietarios de un espacio o tienen algún parentesco con el dueño (consanguinidad). 2) Los *semiestablecidos* son los que no tienen un espacio propio y a quienes la administración del mercado les asigna un lugar, según la disponibilidad que haya. Para el acondicionamiento temporal del lugar de venta, utilizan mesas, botes, tabloneros o rejillas de madera. El presente estudio considera ambos tipos siempre y cuando cumplan con el criterio de expender productos y subproductos derivados de la AF.

Fase de campo y técnicas de investigación

La encuesta se aplicó in situ entre septiembre y diciembre de 2019 a las UDC comerciantes (n=30). Las entrevistas en profundidad (n=5) se realizaron durante el primer trimestre de 2020 en las localidades de origen. Se aplicó una entrevista semiestructurada a tres informantes clave que aportaron información acerca de la conformación del mercado Santiago Mixquitla y los problemas cotidianos. Tanto la encuesta in situ como la entrevista en profundidad son técnicas de recolección de información que permiten estudiar la expresión individual socializada, en este caso, dentro del grupo doméstico. Además, asiste al investigador en la búsqueda de significados e interpretaciones que los individuos atribuyen a sus experiencias en cuanto que miembros de una familia e integrantes de una unidad económica (Román et al., 2012).

A partir del análisis descriptivo, se establecieron las características de la población de comerciantes y de las prácticas de mercadeo. Se estudiaron las diversas estrategias que las UDC utilizan en paralelo a la actividad del comercio, la organización familiar y el rol de cada integrante en las actividades. Para el procesamiento de los datos se usó el paquete estadístico InfoStat versión 2018.

Resultados y discusión

Características físicas y sociales de la zona de estudio

El municipio de San Pedro Cholula se localiza en la región centro-poniente del estado de Puebla, México. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 19° 01' y 19° 07' de latitud norte y los meridianos 98° 16' y 98° 24' de longitud oeste (INEGI, 2009). El municipio colinda al norte con los municipios de Juan C. Bonilla, Santa María Coronango y San Juan Cuautlancingo; al sur, con los municipios de San Gregorio Atzompa y San Andrés Cholula; al este, con la ciudad de Puebla; y al oeste, con los municipios de San Jerónimo Tecuapán y San Andrés Calpan.

El mercado de Santiago Mixquitla se ubica dentro del barrio homónimo, el cual forma parte de los diez barrios de San Pedro Cholula. Es uno de los tres mercados que operan de forma regular en el municipio y funciona desde 2011: está abierto todos los días y aún conserva la tradición prehispánica del día de plaza (Castiblanco, 2011; Guzmán et al., 2017), que se lleva a cabo los miércos-

les y los domingos, que es cuando hay una mayor concentración de productores provenientes de las localidades aledañas que ofrecen de primera mano sus productos (Licona, 2017). El mercado alberga 715 espacios comerciales, cuenta con sanitarios públicos, suministro de agua potable y zona de disposición de residuos.

Características sociodemográficas de las UDC

En el mercado se destaca la participación femenina. Los resultados muestran que 77% de las personas son mujeres, lo cual indica que el sector femenino se concentra en la economía informal: tianguis y mercados. De hecho, así lo demuestra el estudio de Chant y Pedwell (2008). El perfil agrícola de la entidad, de acuerdo con Barrón (2018), absorbe de manera limitada la mano de obra femenina, porque los periodos en que se requiere son cortos. Es decir, se incorpora al comercio porque le da la posibilidad de trabajar. Cabe señalar que la mujer, además de participar de manera directa en la actividad comercial, debe hacerse cargo del hogar, de la familia y de la producción de traspatio, que es el espacio adjunto o cercano a la vivienda de la UDC donde se crían animales, se cultivan alimentos y se llevan a cabo actividades culturales, económicas y políticas, entre otras (Duche, Bernal, Ocampo y Vargas, 2015; Hortúa, Cerón, Zaragoza y Angulo, 2021; Osorio, López, Ramírez, Gil y Gutiérrez, 2007). Es bien sabido que la participación de las mujeres en las actividades agrícolas no es remunerada.

Cuando no voy al mercado, pues igual vengo al campo o me dedico a mi casa, a cocinar, a lo de la ropa. Tengo animales que atender. Tengo a mi mamá ya grande, que también le doy sus vueltas. A eso me dedico.
(Productora de San Nicolás de los Ranchos, 14 de febrero de 2020)

La edad promedio de los comerciantes y las comerciantes entrevistados en el mercado es de 44 años, en un rango de 20 a 70 años. En México, 50% de las unidades económicas rurales tiene vinculaciones débiles con los mercados, de las cuales 37% de los responsables tiene entre 30 y 50 años, 25% entre 50 y 60 años y 32% tiene 60 años o más (SAGARPA y FAO, 2014).

Las UDC entrevistadas constan de 141 miembros, de los cuales 69.5% se considera dentro de la población económicamente activa (PEA), integrada por hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 15 y los 64 años. De todos los integrantes que conforman las UDC entrevistadas, 36.1% se encuentra en un rango de edad joven, entre 12 y 29 años.

En 43% de los hogares habita al menos una persona mayor de 60 años. Del total de los adultos mayores considerados de 65 años o más, 47.8% son mujeres y 30.4%, hombres. La CEPAL y la Organización Internacional del Trabajo (CEPAL y OIT, 2018) afirman que la falta de ingresos por jubilación obliga a las mujeres de edad avanzada a seguir trabajando. Eso es cierto sobre todo en los contextos rurales donde predomina el autoempleo y la informalidad. El estudio de la SAGARPA y de la FAO (2014) sobre el envejecimiento de la población rural en

México informa que hay una gran cantidad de personas de más de 60 años y que el número aumenta debido a la migración nacional e internacional de la población joven. En consecuencia, hay implicaciones negativas para la producción, el manejo y la administración de los recursos naturales en el sector agropecuario.

En 63% de los hogares habita al menos un menor de 18 años. De este porcentaje, 42.1% se ubica entre los 0 y 5 años. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Mujeres 2015 (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] e Instituto Nacional de Salud Pública, 2016), en México el último estrato poblacional mencionado es el que tiene el menor nivel de desarrollo, el que se encuentra en mayor pobreza y al que se le destina el menor gasto público.

El nivel de escolaridad de los comerciantes y las comerciantes entrevistados en el mercado es de siete años. Al respecto, Levy y Székely (2016) evidencian que, a pesar de la importante expansión educativa en México durante las últimas décadas, el empleo informal como el que se manifiesta en los mercados y tianguis, sigue siendo una forma de autoempleo utilizada por amplios sectores de la población que solo cuenta con la primaria.

El número promedio de integrantes por hogar en las UDC es de cinco. Para Florez y Luna (2018), la cantidad de miembros es importante, puesto que significa que la disposición de fuerza de trabajo es mayor. Con respecto al estado civil, 68% está casado. El 45% está al frente de la jefatura familiar, 38% es el cónyuge del jefe y 17% son hijos o hijas. En 56% de los hogares habitan niños y jóvenes en edad escolar que cursan algún grado.

Lugar de origen

En los mercados o tianguis se lleva a cabo la interacción de comerciantes no solo provenientes de la localidad, sino también de los que llegan de diferentes sitios de la región. Habitan en el municipio de San Pedro Cholula 43%; 23%, en San Andrés Calpan y el resto en los municipios de Cohuecan, San Andrés Cholula, San Buenaventura Nealtican, San Jerónimo Tecuanipan, San Nicolás de los Ranchos, Santa Isabel Cholula y en el estado de Tlaxcala.

Tipos de UDC

Se ubicó en la tipología que proponen Margulis et al. (1981) 93% de las UDC. Predomina en ellas la unidad extensa, con 32.1%, que consta de dos o más unidades productivas completas o incompletas; 28.5% corresponde al tipo de unidad nuclear en reemplazo, que corresponde a su vez a la constituida por una unidad productiva completa en la que todos los hijos se han casado o están en edad de hacerlo (varones mayores de 18 años y mujeres mayores de 16); las unidades nucleares en fisión integran 17.8% y pertenecen al tipo en el que hay al menos un hijo casado o en edad de hacerlo; 14.2% son unidades nucleares en expansión, es decir, son aquellas en las que la pareja no tiene más de 40 años y los hijos tienen menos de 5 años. Conforman el porcentaje restante las

UDC nucleares incompletas y las nucleares ampliadas, compuestas por un solo núcleo. En las primeras el núcleo está incompleto; en las segundas puede o no estarlo y además se integran a él una o más personas solas que no forman otro núcleo reproductivo.

Estrategias para obtener recursos económicos

Prácticas asociadas con el mercadeo

Durante la administración municipal 2008-2011 de San Pedro Cholula, se reubicó a los tianguistas localizados en la calle 2 Poniente, afuera del mercado Cosme del Razo (el de mayor antigüedad), como respuesta a los problemas viales y de aglomeración en el espacio urbano. En consecuencia, se creó el mercado de Santiago Mixquitla, cuyos comerciantes cuentan ahora con una trayectoria importante y han cumplido en promedio siete años como vendedores.

Los comerciantes han ampliado la oferta de sus productos como parte de su estrategia económica. Un buen porcentaje de ellos, además de ofertar la mercancía propia, oferta la que ha comprado (70%). Expende solo la propia 30%; es decir, que la incorporación cada vez mayor de productos externos a la finca familiar evidencian la disminución en la producción agropecuaria, quizás debido a los altos costos de producción y a los bajos precios del mercado, por lo que esa actividad ha dejado de ser el centro de la economía campesina. La consecuencia es tener que comprar alimentos para abastecer la UDC (Arias, 2013).

En el mercado de Santiago Mixquitla se distinguen cinco tipos de comerciantes (véase tabla 1) que practican el intercambio clásico mercantil mediante papel moneda o mediante trueque, regateo y pilón² (Licona, Sánchez, Quislev y Cruz, 2017). Al primer tipo corresponden los que venden sus productos de forma directa al consumidor; pueden o no incorporar artículos comprados. El segundo son los revendedores, también llamados “regatones” de acuerdo con Guzmán et al. (2017). Ellos adquieren los productos en la central de abasto o de manera directa de los campesinos. El tercero lo componen quienes venden su producción directamente al consumidor y a otros comerciantes del mercado. Los que solo surten a los revendedores (no al consumidor), y los que incorporan mercancía propia y comprada pertenecen al cuarto tipo. Aunque los cuatro tipos incorporan en diferente medida el trueque, en esta investigación se detectó un quinto tipo, el truequista, quien se presenta en el mercado cada quince días e intercambia artículos que se venden por catálogo por alimentos preparados, semillas y hortalizas, entre otros.

2 El regateo y el pilón son prácticas comerciales, y de acuerdo con el Diccionario del Español de México (<https://dem.colmex.mx/>), el primero tiene lugar cuando el comprador discute con el vendedor el precio de una mercancía para conseguir un descuento; mientras que el segundo, corresponde a un regalo que el comerciante hace al comprador, y consiste en una pequeña cantidad de alguna mercancía.

Tabla 1. Tipos de comerciantes localizados en el mercado de Santiago Mixquitla

Tipo de comerciante	Naturaleza de los productos		Tipo de venta o intercambio		
	Propios	Comprados	Directa al consumidor	A otros comerciantes	Trueque
1. Comerciante propio	✓ □	✓	✓		✓
2. Comerciante reventador		✓ □	✓ □		✓
3. Propio surtidor	✓		✓	✓	✓
4. Productor	✓			✓	✓
5. Truequista		□ ✓		✓	✓

Fuente: elaboración propia con base en las observaciones de campo, 2021.

Los comerciantes exhiben sus mercaderías en diferentes formatos: cubetas, rejillas de madera, de nylon o bien en una mesa. El último es el que más se usa (67%). Licona et al. (2017) señalan que la diversidad en la organización y estructura de los puntos de venta está relacionada con las distintas funciones y formas desde el punto de vista físico; así, estos manifiestan cierta flexibilidad de acuerdo con las necesidades de un día de venta o bien de la temporada.

Los productos que más se comercializan en el mercado son las hortalizas (60%). Las comidas preparadas representan 13% de los alimentos. Sobresalen los chapulines, los tejocotes en almíbar, el atole de maíz, las semillas de calabaza tostadas y los cacahuates en diferentes presentaciones. La transformación que las familias rurales hacen de los productos agrícolas ha demostrado ser una pluriactividad viable en contextos de escasez de recursos (Blas, Thomé, Espinoza y Vizcarra, 2019; Mendoza, Parra y Ríos, 2010). El chapulín tiene beneficios alimenticios (autoconsumo) y económicos (ingreso). De acuerdo con Sosa (2015), los conocimientos para la colecta y el comercio de esos insectos han sido transmitidos de generación en generación. El consumo está muy relacionado con la subsistencia de los habitantes de las comunidades de los Valles Centrales de Oaxaca y Puebla. El porcentaje restante corresponde a frutas, semillas, bebidas, como el pulque, a cazuelas de barro y productos forestales, como el carbón. Otra estrategia de las UDC es agregar valor a sus productos, muchas veces de origen étnico, lo cual pone de relieve la labor de los mercados y tianguis como eslabones indispensables en las cadenas productivas cortas o locales.

Los comerciantes y las comerciantes despachan en sus puestos mercancía variada. Se ubicaron once diferentes productos por cada puesto. Las tablas 2 y 3 y la figura 1 muestran los productos que se encontraron en el mercado de

Santiago Mixquitla.

Tabla 2. Productos vendidos en el mercado de Santiago Mixquitla

Tipo de producto	Nombre común	Nombre científico
Hortalizas	Zanahoria	<i>Dacus carota</i>
	Nopal	<i>Opuntia ficus-indica</i>
	Xoconostle	<i>Opuntia joconostle</i>
	Jitomate	<i>Solanum lycopersicum</i>
	Cebolla	<i>Allium cepa</i>
	Cilantro	<i>Coriandrum sativum</i>
	Espinaca	<i>Spinacia oleracea</i>
	Elote y hojas	<i>Zea mays</i>
	Brócoli	<i>Brassica oleracea</i>
	Calabaza y florescencia	<i>Curcubita pepo</i>
	Rábano	<i>Raphanus sativus</i>
	Lechuga	<i>Lactuca sativa</i>
	Perejil	<i>Petroselinum crispum</i>
	Betabel	<i>Beta vulgaris</i>
	Coliflor	<i>Brassica oleracea var. botrytis</i>
	Chile	<i>Capsicum annum</i>
	Apio	<i>Apium graveolens</i>
	Chilacayote	<i>Curcubita ficifolia</i>
	Jícama	<i>Pachyrhisus erosus</i>
	Pepino	<i>Cucumis sativus</i>
Chayote	<i>Sechium edule</i>	
Ajo	<i>Allium sativum</i>	
Papa	<i>Solanum tuberosum</i>	
Col	<i>Brassica oleracea var. capitata</i>	
Huazontle	<i>Chenopodium nuttalliae</i>	
Pápalo	<i>Porophyllum ruderale</i>	
Pipicha	<i>Porophyllum tagetoides</i>	
Alfalfa	<i>Medicago sativa</i>	
Guaje	<i>Leucaena spp.</i>	
Frutas	Zapote	<i>Casimiroa edulis</i>
	Níspero	<i>Eriobotrya japonica</i>
	Chirimoya	<i>Annona cherimola</i>
	Naranja	<i>Citrus X sinensis</i>
	Tejocote	<i>Crataegus mexicana</i>
	Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>
	Guayaba	<i>Psidium guajava</i>
	Manzana	<i>Malus domestica</i>
	Plátano	<i>Musa x paradisiaca</i>
Limón	<i>Citrus x limón</i>	

Tipo de producto	Nombre común	Nombre científico
	Guanábana	<i>Annona muricata</i>
	Membrillo	<i>Cydonia oblonga</i>
	Aguacate	<i>Persea americana</i>
	Granada china	<i>Pasiflora ligularis</i>
	Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>
	Chicozapote	<i>Manilkara zapota</i>
Plantas aromáticas	Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>
	Orégano	<i>Origanum vulgare</i>
	Yerbabuena	<i>Mentha spicata</i>
	Laurel	<i>Laurus nobilis</i>
	Tomillo	<i>Thymus</i>
	Té limón	<i>Cymbopogon</i>
	Manzanilla	<i>Chamaemelum nobile</i>
Legumbres	Habas	<i>Vicia faba</i>
	Frijol	<i>Phaseolus vulgaris</i>
	Alverjón	<i>Pisum sativum</i>
	Trigo	<i>Triticum</i>
De origen animal	Miel y polen	
	Huevo	
Productos forestales	Carbón	<i>Quercus</i>
	Lama para nacimiento	<i>Bryophyta</i>
	Tierra para maceta	
	Varitas de ocote	<i>Pinus montezumae</i>
	Pino navideño	<i>Platyclusus orientalis</i>

Fuente: elaboración propia con base en las observaciones de campo, 2021.

Tabla 3. Alimentos preparados y bebidas

Origen del producto	Derivados
<i>Amaranthus</i>	Dulce de amaranto
<i>Arachis hypogaea</i>	Cacahuete enchilado
	Cacahuete garapiñado
	Cacahuete salado
<i>Curcubita máxima</i>	Semilla de calabaza tostada y salada
	Dulce de calabaza
<i>Agave salmiana</i>	Pulque
	Aguamiel
<i>Zea mays</i>	Tortillas
	Tlacoyos
	Maíz atolero
<i>Crataegus mexicana</i>	Tejocotes en almíbar
<i>Melanoplus mexicanus</i>	Chapulines hervidos o tostados
<i>Ipomoea batatas</i>	Dulce de camote
<i>Prunus salicifolia</i>	Huesos de capulín salados

Fuente: elaboración propia con base en las observaciones de campo, 2021.

En promedio, los comerciantes y las comerciantes tardan 50 minutos en trasladarse desde su casa hasta el mercado. El medio más común para hacerlo es el transporte público. El 52% afirmó hacer uso de este servicio; 30% cuenta con vehículo propio y 17% comparte un vehículo particular (por lo general, son personas que habitan en la misma comunidad).

La Ley General del Trabajo de México establece que la jornada diurna debe tener una duración máxima de 8 horas. No obstante, los comerciantes y las comerciantes del mercado trabajan 9.5 horas en promedio y la media semanal de sus días laborados es 4. Al respecto, López, Moreno y Vera (2015) dicen que la flexibilidad laboral se asocia con el comercio informal y que esta da oportunidad a las UDC para desarrollar otras actividades económicas.

La mayoría de los productos que se mercantilizan tienen una vida corta de anaquel, por lo que de no venderse en determinado periodo, los comerciantes les dan diversos usos. El 37% dijo utilizarlos para alimentar a los animales de traspatio: gallinas, pollos, puercos y chivos. Según Alayón (2015), la ganadería de traspatio es importante para la seguridad alimentaria, porque gran parte de la población rural no tiene suficiente tierra para trabajar, posee escasos recursos económicos y tiene limitadas oportunidades de empleo, lo que vulnera su sostenimiento. Otros destinos de la mercancía no vendida son el autoconsumo, la venta en otros sitios o el trueque.

Los comerciantes, además de asistir al mercado de Santiago Mixquitla, acuden a otros lugares a vender sus productos. De ellos, 60% vende solo en dicho mercado, 17% asiste al tianguis de Calpan que opera los jueves. El porcentaje que resta va al tianguis de Atlixco, a la Central de Abastos de Puebla, al mercado de Huejotzingo o al del centro de San Pedro Cholula. Otra práctica que desarrollan los comerciantes y las comerciantes cuando es posible, es situarse en algún pasillo con mayor afluencia de clientes. Por lo general, ocurre los días en los que no acuden los dueños de dichos lugares: lunes, martes, jueves, viernes y sábado.

Esas prácticas no son exclusivas de las UDC que se examinan. Teja y Lira (2013), en su estudio sobre el ambulante en Texcoco, encontraron que los comerciantes recurren a la movilidad para tener acceso a más personas que puedan consumir los productos que ofrecen.

Participación de la familia en las actividades del comercio

Con respecto a la participación de los miembros de la UDC en el comercio, 30% de ellos asiste al mercado acompañado de su cónyuge, 23% de los hijos o hijas, 13% de los padres, 23% acude solo y el resto asiste con los abuelos, hermanos, nietos u otros parientes. Cuando el varón está en edad avanzada o incapacitado para participar en las labores agrícolas, su intervención es más frecuente en la actividad del comercio, sobre todo como acompañante de su cónyuge a los sitios donde suelen comercializar su mercancía. Los hijos en edad escolar acuden de manera regular los fines de semana y durante la temporada vacacional. La presencia de estos en los sitios de venta está relacionada con su cuidado y

Figura 1. Venta de hortalizas frutas y semillas



Fotografía: Mayra Karina Solís López, 2019.

corresponde también a una estrategia desarrollada por las UDC que les permite al mismo tiempo desempeñar varias actividades que producen ingresos (García y Oliveira, 1998).

El comercio tradicional es una actividad de la estrategia familiar. Por eso incorpora la participación de otros miembros de la familia, lo cual demuestra la intensa participación de los integrantes de la UDC. Jiménez y Moyano (2008) afirman que la emergencia de nuevos valores sociales, la modificación de los mercados de trabajo y los imperativos productivos sobre los trabajadores y sus familias, a menudo separan temporal y físicamente el área de trabajo y el área de la familia. Empero, los resultados muestran que en las familias rurales comerciantes todavía está presente ese vínculo que coadyuva al sostenimiento de la unidad doméstica campesina.

Actividades agrícolas, de traspatio y trabajo doméstico

De los comerciantes entrevistados, 37% se encarga de la ganadería de traspatio, además de dedicarse a la agricultura. Las mujeres son las que se ocupan del cuidado y de la alimentación del ganado (pollos, gallinas, cerdos y chivos). Así mismo recolectan frutos y plantas medicinales. Lo anterior concuerda con lo que afirma Alayón (2015), quien señala que la creación, el mantenimiento y la continuidad del trabajo de traspatio dependen de la mujer junto con sus hijos y, en menor medida, de su esposo. Son ellas las encargadas de las labores domésticas y del cuidado de los más pequeños, de los ancianos y de los enfermos. Además, se integran al resto de los miembros de la UDC para las actividades agrícolas, en especial durante la cosecha. Sin embargo, Esquivel y Sánchez-Mejorada (1997) dicen que la contribución económica de las mujeres a la UDC no trae como consecuencia el acceso ni el control de los recursos que ellas produ-

cen. Tampoco se observan cambios en el patrón familiar de autoridad.

Los niños y los adolescentes también realizan tareas. Las familias entrevistadas afirman la participación de ese sector y dicen que lo hace desde muy temprana edad:

Desde pequeños, porque, este [...]. Yo y mi esposo, o sea, como haga de cuenta, que un día como hoy, que nos tenemos que ir al campo y no tenemos donde dejarlos. Nos los llevábamos. (Productora de San Nicolás de los Ranchos, 14 de febrero de 2020)

Participamos, este [...], toda la familia. Trabajan mis dos niños, los que tengo, este [...], mi nuera, mi hijo, mi esposo. Nosotros casi no ocupamos trabajadores porque no, no conviene. (Productora de San Lucas Atzala, 14 de febrero de 2020)

El trabajo que realizan los miembros de la UDC se concentra en actividades agrícolas, ganaderas, forestales, de caza y de pesca. Tiene diversas funciones, que van desde la instrumental o económica, hasta las expresivas: desarrollo de habilidades, efecto terapéutico, fuente de satisfacción y orgullo, estructuración del tiempo, convivencia y unión familiar, permanencia y unión comunitaria, expresión de la cosmovisión y resguardo de tradiciones (Carpio, 2012). Así, además del comercio de productos agrícolas, los miembros de la UDC tienen otras actividades no remuneradas que contribuyen a la reproducción familiar. De este modo se organiza para que cada miembro tenga una función específica, por lo cual el producto obtenido del trabajo familiar es indivisible y tiene un significado muy específico, que poco tiene que ver con las concepciones capitalistas (Chayanov, 1975). No obstante, la división sexual del trabajo persiste: el hombre está a cargo de las actividades productivas. Desempeña el rol de proveedor del hogar, mientras que a la mujer le corresponden las labores domésticas y de cuidado. El trabajo de ellas se desarrolla también en el escenario físico y simbólico del hogar, aunque no se reduce de forma exclusiva a este ámbito, pues incluye actividades de gestión, de relación con otras UDC, de mantenimiento y de cuidado de personas (Larrañaga, Arregui y Arpal, 2004) que se combinan con la práctica del comercio, con las tareas domésticas y con la crianza de los hijos (que a veces se traslada al mercado). Así, sus actividades son una doble y continua jornada de trabajo, tal como han reportado García y Oliveira (1998) para la década de 1970.

Actividades asociadas con el aprovechamiento de los recursos naturales

En la localidad de San Nicolás de los Ranchos se observó que se aprovechan los recursos del bosque: producción de carbón a partir de leña de encino, extracción de tierra para macetas, elaboración de piezas ornamentales (artesanía en pequeña escala) y utensilios de cocina de piedra volcánica (molcajetes, metates, cruces, imágenes religiosas y jabones) (véase figura 2), actividades que desempeñan los varones y cuyos productos se comercializan en los mercados y

tianguis. Por otro lado, las mujeres se encargan de recolectar hierbas medicinales, como el gordolobo (*Pseudognaphalium viscosum*).

De acuerdo con León et al. (2017), los productos forestales son para el consumo de subsistencia y tienen la capacidad de aliviar la pobreza. El aprovechamiento sostenible es una opción real para conservar los bosques y para el desarrollo de las comunidades rurales. Como demuestran estos autores, los productos forestales no maderables tienen un valor económico para las familias, pues constituyen una fuente de ingresos, así como de combustible y de plantas medicinales:

¿Ha escuchado hablar del gordolobo? Cuando vengo, lo corto y como yo trabajo en el mercado, este [...], hago mis manojitos y los vendo allá a diez pesitos. Si [...] vengo acá, nomás lo ubico donde hay; ya lo corto. Este [...] lo descabeza y lo mete en una bolsita y le dura más de un año. Sigue sirviendo. Aquí hay mucho. (Productora de San Nicolás de los Ranchos, 14 de febrero de 2020)

Figura 2. Molcajetes y figuras de piedra volcánica labradas por la UDC, San Nicolás de los Ranchos



Fotografía: Mayra Karina Solís López, 2020.

Actividades asalariadas

Los miembros de las UDC, en particular los varones, en alguna etapa de su vida han optado por desempeñar actividades asalariadas, sobre todo en el sector terciario, dentro o fuera de la comunidad. En algunos casos, las actividades terciarias han contribuido al mantenimiento de la actividad agrícola, lo cual pone de manifiesto que la adopción de dinámicas pluriactivas complementa los ingresos económicos. Pero los empleos no agrícolas son por lo general informales, variables, marginales, flexibles y carentes de seguridad social e ingresos estables (Ramírez, 2013).

Él compraba acá la fruta y vendía en México en la central de abastos. Después se pasó a un trabajo del transporte de personas, la Ruta 1. En esa trabajó mi esposo, poquito, como unos cinco años, y ya después, cuando todavía trabajaba ahí, ya empezábamos a sembrar, como sí había dinero del transporte [...], fue cuando plantamos nosotros dos huertas de durazno. (Productora de San Lucas Atzala, 21 de febrero de 2020)

Algunas de las estrategias de las familias se inscriben en el ciclo más largo de la composición de la unidad familiar (Warman, 2001). Las UDC se han ampliado formando familias extensas que incrementan por consiguiente la fuerza de trabajo familiar debido a la presencia de las nueras y de los nietos. Pero al mismo tiempo las familias han perdido fuerza productiva porque sus miembros se mueven al trabajo asalariado, fuera del ámbito de sus unidades domésticas (Salas y González, 2014). El Estado de México se ha convertido en sitio atractivo para hallar opciones de empleo que permiten el sostenimiento de la familia y a veces la formación de nuevos hogares. Por esa razón hay hombres que dejan de contribuir de forma económica al hogar de los padres.

Están allá en México. Tienen su trabajo allá. Allá, este [...], ellos ven allá sus cosas y nosotros vemos acá. Allá están dos hombres y dos mujeres. Pos desde que se juntaron, se casaron y se fueron. Por el mismo trabajo, por el mismo trabajo que acá no hay. Aquí, pos puro campo. (Productora de Santiago Xalitzintla, 21 de febrero de 2020)

De acuerdo con Romo, Téllez y López (2013), en 2010, el fenómeno migratorio de Puebla al Estado de México fue uno de los tres más importantes a escala nacional, pues registró un flujo de 323 000 personas. Las UDC que habitan en las faldas de los volcanes toman esta decisión debido a la cercanía con la urbe y por las ofertas de empleo que esta ofrece, además de que hay redes entre los migrantes ya establecidos y aquellos que están por hacerlo.

El trueque

El trueque lo practica 60% de los comerciantes y las comerciantes entrevistados. De este porcentaje, 63% lo realiza con los compañeros del mercado. Los principales bienes que se intercambian son los que sirven para elaborar alimentos cotidianos: hortalizas, semillas tostadas, pan y tortillas. Dicha práctica ha permanecido porque es un modo de adquirir productos cuando no se cuenta con el dinero suficiente, dar otro destino a la mercancía en lugar de desecharla o llevarla de vuelta. El trueque puede ser en especie o bien para cubrir una parte del intercambio si se realiza con dinero en efectivo.

Las mujeres son quienes se dedican a él con mayor frecuencia debido a que intercambian productos que son necesarios en determinado momento para el hogar. Ellas son las encargadas de transmitir esta práctica a los hijos y a los nietos.

Pero igual, como él va al puesto de Xixitla, a veces veo que trae nopales, brócoli. Dice, “No, pos es que [...]” Le digo: “Es que no, no cambies porque ya me dieron allá y nos llenamos de brócoli o de verdura y no lo ocupamos”. Me dice: “No pos es que la señora quería cacahuates y me dio pena decirle que no; se los di”. (Productora de San Nicolás de los Ranchos, 14 de febrero de 2020)

Por otra parte, se detectó que acuden al mercado personas externas que llevan productos de origen industrial, como recipientes, platos y vasos para cambiarlos por hortalizas y alimentos preparados que venden las UDC. De acuerdo con la clasificación de Licona (2017), se identificaron dos tipos de intercambio: a) bien agrícola por bien agrícola y b) bien agrícola por bien manufacturado.

Los mercados y los tianguis son espacios de intercambio de bienes materiales, pero también de saberes, de relaciones y de otros elementos no materiales (Argueta y Cortez, 2016). Los integrantes más jóvenes de las UDC reproducen la práctica del trueque durante la fiesta patronal de San Pedro Cholula, celebrada en septiembre: se destina un día especial para que todos los productores, campesinos y artesanos de la región acudan a intercambiar sus mercancías. En este sentido, la UDC refuerza los significados y las motivaciones del trueque y de otras prácticas que fundamentan las actividades del grupo. Así se inician los más jóvenes en los procesos de socialización (García y Oliveira, 1998). Desde la época prehispánica, Cholula se presentaba como ciudad santuario-mercado, pues era el punto de tránsito religioso, característica que facilitaba el intercambio de productos provenientes de tierras lejanas (Licona, 2017).

Yo me quedé al trueque. Dice mijo: “Yo voy contigo, yo te ayudo”. Y el andaba bien emocionado, que le cambiaron cazuelitas, que ollitas [...]. Orita le sirvieron porque se fue, se los llevé. (Productora de San Nicolás de los Ranchos, 14 febrero de 2020)

El mercado no es el único sitio donde se lleva a cabo el trueque. Las UDC también lo practican en los tianguis semanales que se instalan en sus localidades. Lo hacen intercambiando su producción por mercancías de primera necesidad (véase figura 3).

Aquí voy a cambiar cosas que de veras me hacen falta: papas, chiles, este [...] verdura, lechuga, todo eso. Como no tengo [...], le digo, leña. Entons agarro mi hoja y me lo llevo. Me llevo mi hoja y allá cambio con [...]. *Sí, hago el trueque con mi hoja.* Este [...], a veces traen fruta, pero, le digo, me dan fruta, pero buena, ya fea, ¿pa' que la quiero? (Productora de Santiago Xalitzintla, 21 de febrero de 2020)

Entre los habitantes de las localidades es común canjear animales y semillas con fines productivos (véase figura 4). Estas son importantes para la sostenibilidad y la conservación de los cultivos en las zonas donde la cultura está muy ligada al paisaje y a la naturaleza. Esta clase de intercambio contribuye al enriquecimiento del patrimonio biocultural de los pueblos y asegura la soberanía y la autonomía alimentarias (Medina, Roldán y Sigüeñas, 2007; Vélez y Castrillón, 2018).

Las estrategias antes mencionadas forman parte de las acciones que lleva a cabo cada uno de los integrantes de las UDC, entre las cuales está la actividad del comercio. Así, se mantiene un vínculo indisociable entre la familia y el trabajo que da lugar a una forma de vida social concreta (Licona, 2017; Román et al., 2012).

Figura 3. Tianguis semanal en San Nicolás de los Ranchos



Fotografía: Mayra Karina Solís López, 2020.

Figura 4. Mazorcas para intercambiar semillas



Fotografía: Mayra Karina Solís López, 2020.

Conclusiones

En el presente artículo se abordaron las características sociodemográficas de los comerciantes y las comerciantes que expenden productos agropecuarios en el mercado de Santiago Mixquitla en San Pedro Cholula, Puebla. Se identificaron y se analizaron las estrategias que desarrollan para el comercio, el trabajo doméstico, el aprovechamiento de los recursos naturales, las actividades asalariadas y el trueque. También se examinó la participación de los miembros de la UDC en ellas.

Las mujeres son un pilar fundamental para las estrategias que desarrollan las UDC. El comercio integra a todos los miembros de la familia, incluidas las personas en edad avanzada o con alguna discapacidad para trabajar en otras actividades. Las UDC venden una gran variedad de productos, lo que aumenta sus posibilidades de venta. Predominan las hortalizas, las frutas y las semillas y, en algunos casos, los productos transformados de origen prehispánico que forman parte de la gastronomía local, como el pulque. El comercio resulta ser una actividad flexible, que puede combinarse con el resto de las actividades que realizan las UDC. Estas organizan bien sus labores productivas y reproductivas para no comprometer el resto de sus tareas, en especial las familiares y las relativas a las festividades religiosas.

El aprovechamiento de los recursos naturales para el autoconsumo y la venta resulta ser una actividad en que el hombre y la mujer tienen funciones diferentes, como el corte de la leña y la colecta de plantas medicinales, respectivamente. El trabajo asalariado en el sector de los servicios ha provocado la migración de los hombres y, a veces, de la familia completa. La producción de traspatio incorpora en buena parte la fuerza de trabajo femenina, pero en las actividades agrícolas participan casi todos los integrantes de la UDC.

El trueque lo hacen sobre todo las mujeres, y se lleva a cabo en los espacios dedicados al comercio tradicional y en las localidades donde ellas habitan. Esta práctica forma parte de la vida diaria y resulta esencial para la reproducción familiar.

En los mercados, como el que aquí se ha estudiado, se despliegan las múltiples estrategias que emprenden las UDC para obtener los recursos de subsistencia. Esos sitios son el reservorio de las prácticas y tradiciones ancestrales que dan continuidad histórica. Además, aseguran el abasto de alimentos para la población, aun durante las crisis sanitarias.

Referencias

- Alayón, J. (2015). Ganadería de traspatio en la vida familiar. *Ecofronteras*, 19(54), 6-9. Recuperado de <https://revistas.ecosur.mx/ecofronteras/index.php/eco/article/view/1578#:~:text=La%20ganader%C3%ADa%20de%20traspatio%20consiste,experimentaci%C3%B3n%20aleda%C3%B1os%20a%20las%20viviendas>

- Arellanes, Y., Arellanes, N., y Ayala, D. (2017). El tianguis de cambio de Pátzcuaro, Michoacán, a través del metabolismo social desde Mesoamérica hasta el siglo XXI. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 50(27), 2-30. doi: <https://doi.org/10.24836/es.v27i50.489>
- Argueta, J., y Cortez, M. (2016). Trueque, intercambio y reciprocidad: economía solidaria en las comunidades purépecha de Michoacán. *Revista Etnobiología*, 14(2), 79-89. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633190>
- Arias, P. (2013). Migración, economía campesina y ciclo de desarrollo doméstico. Discusiones y estudios recientes. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 28(1). doi: <http://dx.doi.org/10.24201/edu.v28i1.1440>
- Arias, P., Hallam, D., Krivonos, E., y Morrison, J. (2013). *Smallholder Integration in Changing Food Markets*. Roma: Food and Agriculture Organization (FAO).
- Barrón, M. (2018). La brecha laboral rural en México. Una grieta invisible de la desocupación. *Economía*, 15(45). doi: <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2018.45.407>
- Blas, S., Thomé, H., Espinoza, A., y Vizcarra, I. (2019). Venta informal de pulque como estrategia de reproducción social. Evidencias del centro de México. *Revista de Geografía Agrícola*, 62(1), 50-67. doi: <https://doi.org/10.5154/rga.2019.62.03>
- Brandalise, F., Martín, R., Pinto, L., Serrano, E., y Sánchez, M. (2017). Conceptualización, caracterización y registro de la agricultura familiar. La experiencia de Panamá. Panamá: FAO.
- Carpio, P. del. (2012). Entre el textil y el ámbar: las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de la Ilusión, Chiapas, México. *Revista Athenea Digital*, 12(2), 185-198. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53723279010>
- Castiblanco, A. (2011). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad Paz-ando*, 4(2). doi: <https://doi.org/10.14483/2422278X.7325>
- Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA). (2014). *Elementos para la definición de la agricultura familiar*. Ciudad de México: CEDRSSA. Recuperado de http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/90Agricultura_familiar.pdf
- Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL). (1981). *Economía campesina y agricultura empresarial: tipología de productores del agro mexicano. Apéndice metodológico y estadístico*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). *Coyuntura laboral en América Latina y el Caribe. La inserción laboral de las personas mayores: necesidades y opciones*. Santiago de Chile: Naciones Unidas y OIT. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43603/1/S1800398_es.pdf
- Chant, S., y Pedwell, C. (2008). Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. Recuperado de https://www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS_097015/lang-es/index.htm

- Chayanov, A. (1974). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Chayanov, A. (1975). Sobre la teoría de los sistemas económicos no capitalistas. *Cuadernos Políticos*, 5(julio-septiembre), 15-31. Recuperado de <http://www.cuadernospoliticos.unam.mx/cuadernos/contenido/CP.5/CP5.5AlexanderV-Chayanov.pdf>
- Cuevas, P. (2019). De la clase social a la estructura de unidades domésticas en el agro. El continuo campesino-proletario y una propuesta para su análisis. *Mundo Agrario*, 20(44). Recuperado de <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe118>
- Devillard, M. (1990). El grupo doméstico: concepto y realidades. *Política y Sociedad*, 6(7), 103-111.
- Diario Oficial de la Federación*. (6 de enero de 1999). Ley del Instituto Mexicano de la Juventud. México. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4943094&fecha=06/01/1999
- Duche, T., Bernal, H., Ocampo, I., y Vargas, Z. (2015). Agroecología y traspatio: una relación necesaria para producción de alimentos en familias marginadas rurales de Puebla, México. *Agrotecnia de Cuba*, 39(5), 47-58. Recuperado de https://web.archive.org/web/20210520170101/https://www.grupoagricoladecuba.gag.cu/media/Agrotecnia/pdf/39_2015/No_5/49-60.pdf
- Esquivel, M., y Sánchez-Mejorada, C. (1997). Género y tercera edad: los hogares encabezados por mujeres ancianas. *Sociológica*, 12(33), 203-229.
- Fabre, D., y Jiménez, E. (2015). Los espacios de intercambio: los tianguis de Pátzcuaro (Michoacán, México), entre la tradición y las estrategias de supervivencia. *Documents d'Analisi Geogràfica*, 61(2), 265-287. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/dag.105>
- Florez, N., y Luna, M. (2018). Hogares rurales y estrategias familiares de vida en México. *Revista Latinoamericana de Población*, 12(23), 109-147. doi: <https://doi.org/10.31406/n23a6>
- Fondo de las Naciones Unidas Para la Infancia (UNICEF México) e Instituto Nacional de Salud Pública. (2016). Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Mujeres 2015. Ciudad de México: UNICEF México e Instituto Nacional de Salud Pública.
- Fortes, M. (1969). Introduction. En J. Goody (ed.), *The Developmental Cycle in Domestic Groups* (pp. 1-14). Londres: Cambridge University Press.
- García, B., y Oliveira, O. (1998) Participación femenina en los mercados de trabajo. *Revista de Trabajo*, 1(1), 139-161. Recuperado de <http://www2.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/Trabaja1n11998.pdf>
- Guzmán, K., Velasco, V., Ruiz, J., Campos, G., Rodríguez, G., y Enríquez, J. (2017). Mercadeo de productos agroalimentarios en el “día de plaza en el sur de México”. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 4, 891-904. doi: <https://doi.org/10.29312/remexca.v8i4.15>
- Hammel, E. A. (1984). On the crossroads of studying household form & function. En R. Macnetting, R. Wilk y E. Arnould (eds.), *Households: Comparative and Historical Studies of the Domestic Group* (pp. 29-43). Berkeley: University of California.

- Hocsman, L. (2014). Agricultura familiar y descampesinización. Nuevos sujetos para el desarrollo rural modernizante. *Perspectivas Rurales. Nueva Época*, 13(25), 1409-3251. Recuperado de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/6382/6422>
- Hortúa, L., Cerón, M., Zaragoza, M., y Angulo, J. (2021). Avicultura de traspatio: aportes y oportunidades para la familia campesina. *Agronomía Mesoamericana*, 32(3). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/437/43768194022/43768194022.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2009). Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. Recuperado de http://www3.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/21/21140.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2015). Encuesta Intercensal. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?pqx=Educacion_Educacion_05_2f6d2a08-babc-442f-b4e0-25f7d324dfe0&idrt=15&opc=t
- Instituto Nacional de Salud Pública (INSP). (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012, Resultados Nacionales. Recuperado de <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2012/doctos/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>
- Jiménez, A., y Moyano, E. (2008). Factores laborales de equilibrio entre trabajo y familia: medios para mejorar la calidad de vida. *Revista Universum*, 23(1), 116-133. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762008000100007>
- Larrañaga, I., Arregui, B., y Arpal, J. (2004). El trabajo reproductivo o doméstico. *Garc Sanit*, 18(4), 31-37. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-91112004000400007
- Lazos, E., y Godínez, L. (1996). La familia como estructura productiva en el inicio de la ganadería en tierras campesinas del sur de Veracruz. En M. Velasco y E. Lazos, L. Godínez, *Estudiar a la familia comprender a la sociedad* (pp. 108-189). Ciudad de México: Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia.
- León, A., Rivera, R., Hernández, M., Sangerman, D., Jiménez, L., y Valtierra, E. (2017). Aprovechamiento de productos forestales no maderables en la comunidad Pensamiento Liberal Mexicano, Oaxaca. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(18), 3725-3738. doi: <https://doi.org/10.29312/remexca.v8i18.217>
- Leporati, M., Salcedo, S., Jara, B., Boero, V., y Muñoz, M. (2014). La agricultura familiar en cifras. En S. Salcedo y L. Guzmán (eds.), *Agricultura familiar en América Latina y el Caribe* (pp. 35-56). Santiago de Chile: FAO.
- Levy, S., y Székely, M. (2016). ¿Más escolaridad, menos informalidad? Un análisis de cohortes para México y América Latina. *El Trimestre Económico*, 83(4), 499-548. doi: <https://doi.org/10.20430/ete.v83i332.232>
- Liceaga, G. (2021). El concepto de racionalidad en los estudios sociales agrarios. *Anthropologica*, 34(46), 227-254. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/anthro/v39n46/0254-9212-anthro-39-46-227.pdf>

- Licona, E. (2017). Cholula: territorio socioculturalmente diverso. En A. Gámez y R. Ramírez (coords.), *Cholula, ciudad dual, sagrada y cosmopolita* (pp. 7-23). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Licona, S., Sánchez, D., Quislev, R., y Cruz, I. (2017). Mercados y tianguis en la región Puebla-Tlaxcala: seis subsistemas de intercambio para entender las dinámicas económicas y socioculturales. En E. Licona, V. Cabrera y M. Pérez (coords.), *La región Puebla-Tlaxcala: a manera de territorio sociocultural sistémico* (pp. 255-274). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- López, V., Moreno, L., y Vera, R. (2015). Comercio informal: un caso en Ensenada, Baja California. *Gestión y Estrategia*, 47, 49-60. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/535>
- Maletta, H. (2011). *Tendencias y perspectivas de la agricultura familiar en América Latina*. Documento de trabajo núm. 1. Proyecto Conocimiento y Cambio en Pobreza Rural y Desarrollo. Santiago de Chile: Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1366294106N902011AgriculturafamiliarAmericaLatinaMaletta.pdf
- 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. *Demografía y Economía*, 15(3), 265-311. doi: <http://dx.doi.org/10.24201/edu.v15i03.503>
- Medina, T., Roldán, A., y Sigueñas, M. (2007). *Mecanismos tradicionales de intercambio de semillas*. Lima: Instituto Nacional de Investigación Agraria.
- Mendoza, R., Parra, F., y Ríos, I. (2010). La actividad frutícola en tres municipios de la Sierra Nevada en Puebla: características, organizaciones y estrategia de valorización para su desarrollo. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 7(3), 229-245. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722010000300003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Moyano, E., y Sevilla-Guzmán, E. (1978). Sobre los procesos de cambio en la economía campesina. *Agricultura y Sociedad* (9), 257-271. Recuperado de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays/a009_09.pdf
- Murmis, M., y Cucullu, G. (1980). *Tipología de pequeños productores campesinos*. Costa Rica: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Recuperado de <https://repositorio.iica.int/handle/11324/13148>
- Oliveira, O. de. (1988). La familia: unidades domésticas y familias censales. *Demos* (1), 22-23. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/dms/article/view/6519>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2012). *Programa de Agricultura Familiar para el Fortalecimiento de la Economía Campesina 2012-2015*. Documento de política pública núm. 2. Guatemala: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2019). *El sistema alimentario en México. Oportunidades para el campo mexicano en la agenda 2030 de desarrollo sostenible*. Ciudad de México: FAO.

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), y Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). (2019). Decenio de las Naciones Unidas para la agricultura familiar 2019-2028. Roma: FAO y FIDA. Recuperado de <https://www.fao.org/3/ca4672es/ca4672es.pdf>
- Osorio, N., López, H., Ramírez, B., Gil, A., y Gutiérrez, N. (2007). Producción de maíz y pluriactividad de los campesinos en el valle de Puebla, México. *Nova Scientia*, 7(2), 577-600. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052015000200577
- Ramírez, J. (2013). El papel de la agricultura familiar en regiones agrarias frágiles y en el desarrollo rural. La cordillera del Tentzo, Puebla, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo* (10), 459-477.
- Román, P., Padrón, M., y Ramírez, T. (2012). Trabajo y familia: ¿cómo se articula esta frágil relación? *Convergencia* (60), 229-253. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352012000300008
- Romo, R., Téllez, Y., y López, J. (2013). Tendencias de la migración interna en México en el periodo reciente. En Consejo Nacional de Población (coord.), *La situación demográfica de México 2013* (pp. 83-106). México: Consejo Nacional de la Población. Recuperado de http://www.omi.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Resource/1734/1/images/5_Tendencias_de_la_migracion_interna_en_Mexico_en_el_periodo_reciente.pdf
- Salas, H., y González, I. (2014). La reproducción de la pluriactividad laboral entre los jóvenes rurales en Tlaxcala, México. *Papeles de Población*, 20(79), 281-307.
- Salcedo, S., O, A. de la, y Guzmán, L. (2014). El concepto de agricultura familiar en América Latina y el Caribe. En S. Salcedo y L. Guzmán (coords.), *Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: recomendaciones de política* (pp. 17-34). Santiago de Chile: FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/i3788s/i3788s.pdf>
- Santiago, M. (2004). La participación local en procesos productivos sustentables: estudio de caso en tres comunidades de la costa de Oaxaca (tesis de doctorado). Instituto Tecnológico de Oaxaca. Oaxaca de Juárez, Oaxaca.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2012). *Diagnóstico del sector rural y pesquero de México 2012*. Ciudad de México: SAGARPA y FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-bc980s.pdf>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2014). Estudio sobre el envejecimiento de la población rural en México. Ciudad de México: SAGARPA y FAO.
- Solís, M., Méndez, J., Ramírez, J., Pérez, N., Regalado, J., y Hernández, J. (2020). Prácticas del comercio tradicional en el mercado Cosme del Razo en San Pedro Cholula, Puebla, México. *Revista de El Colegio de San Luis*, 10(21). doi: <https://doi.org/10.21696/rcsl102120201191>
- Sosa, Y. (2015). Conocimiento tradicional y valor cultural del chapulín (*Sphenarium spp.*) en Valles Centrales de Oaxaca (tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080/xmlui/handle/LITER_CIIDIROAX/255

- Teja, R., y Lira, N. (2013). Comercio informal: un estudio en el municipio de Texcoco, Edo. de México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 6(4), 50-72. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.11799/49173>
- Toledo, V. (1993). La racionalidad ecológica de la producción campesina. En E. Sevilla y M. González (coords.), *Ecología, campesinado e historia* (pp. 197-218). Madrid: La Piqueta.
- Torrado, S. (2006). *Familia y diferenciación social: cuestiones de método*. Buenos Aires: Eudeba.
- Vélez, G., y Castrillón, F. (2018). *Producción y conservación de semillas nativas y criollas de buena calidad y sanidad*. Bogotá: Grupo Semillas. Recuperado de <https://www.semillasdeidentidad.org/es/publicaciones/produccion-y-conservacion-de-semillas-nativas-y-criollas-de-buena-calidad-y-sanidad>
- Warman, A. (2001). *El campo mexicano en el siglo XX*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.