

## LOS MERCADOS TRADICIONALES DEL VALLE DE TEHUACÁN-CUICATLÁN: ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

**Yaayé Arellanes Cancino\***  
**Alejandro Casas Fernández\*\***

---

*Resumen:* El presente artículo describe los elementos de lo que se considera mercado tradicional y las características específicas de seis mercados del Valle de Tehuacán-Cuicatlán, ubicados en Tehuacán, Ajalpan y San Sebastián Zinacatepec (Puebla), y Teotitlán de Flores Magón y San Juan Bautista Cuicatlán (Oaxaca). En estos mercados se realizaron entrevistas a vendedores que ofrecen productos vegetales, los cuales forman parte de su subsistencia, tradición cultural y son la parte medular de los mercados tradicionales. Además se describe la riqueza de elementos culturales asociados a la diversidad de vendedores, tipos de comerciantes, particularidades de tipos de venta, fechas con más comercio, tipos de medidas empleadas, entre otros. La diversidad cultural y biológica que albergan los mercados del Valle de Tehuacán imprime características singulares en relación con otros mercados del país.

*Palabras clave:* Valle de Tehuacán-Cuicatlán, mercados tradicionales, etnobotánica, trueque o cambio, economía campesina.

*Abstract:* In this article, the authors describe the characteristics of what is considered to be a “traditional market” and the specific features of six markets in the Tehuacán-Cuicatlán Valley located in: Tehuacán, Ajalpan and San Sebastián Zinacatepec (State of Puebla); Teotitlán de Flores Magón and San Juan Bautista Cuicatlán (State of Oaxaca). In all of these markets, interviews were conducted with stallholders offering produce, which are part of their own subsistence and cultural tradition and are an essential part in these traditional markets. Moreover, they discuss the wealth of cultural elements associated with the diversity of these vendors, the types of vendors, specificities of the different types of sales, dates when sales are the best, and the kinds of sales methods used, among others. The cultural and biological diversity one finds in markets in the Tehuacán-Cuicatlán Valley are unique when compared to other markets in Mexico.

*Keywords:* Tehuacán-Cuicatlán Valley, traditional markets, ethnobotany, bartering or exchanges, peasant economy.

\*Estudiante de Doctorado en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico del Instituto Tecnológico de Oaxaca. Maestra en Ciencias Biológicas. Etnobotánica. Bióloga por la Facultad de Ciencias y Maestra en Ciencias, UNAM.

\*\*Biólogo por la Facultad de Ciencias, UNAM. Doctorado (Ph.D. Research Programme),

The University of Reading, Inglaterra. Investigador Titular “C” T. C. Centro de Investigaciones en Ecosistemas, UNAM (Campus Morelia). Líneas de investigación: ecología y evolución de plantas bajo procesos de domesticación; ecología del manejo de recursos vegetales; conservación de recursos genéticos y etnecología.

[...] se puede estudiar allí la gente, los objetos materiales, y también los valores y las costumbres exhibidos como en un efímero, dramático, museo del día [...]  
(Malinowski y De la Fuente, 1957: 19).

**E**l Valle de Tehuacán-Cuicatlán es una de las regiones del Continente Americano en donde se han documentado las interacciones más antiguas entre humanos y plantas (MacNeish, 1967:178-200; 1992: 7-15; Smith, 1967: 220-255). En esta zona se encontraron vestigios humanos de más de 12000 años de antigüedad y se estima que hace aproximadamente 9000 años sus habitantes comenzaron a domesticar y cultivar algunas especies de plantas, y a practicar la agricultura (Smith, 1967: 220-255; MacNeish, 1967: 178-200). Actualmente, junto a numerosas comunidades mestizas en la región coexisten siete sociedades culturales, mixtecos, popolocas, chinantecos, nahuas, cuicatecos, ixcatecos y mazatecos (Casas *et al.*, 2001: 130).

En los estudios realizados por el equipo de MacNeish (1967: 195), en la región se documentó un amplio espectro de especies de plantas utilizadas desde la prehistoria, entre ellas aguacate, agave, camote, nopal, chile, calabaza y maíz. Por su parte, estudios etnobotánicos han reportado para la región uno de los inventarios más amplios de plantas útiles del país con más de 1600 especies de plantas (Lira *et al.*, 2009: 271) de las cerca de 2700 registradas para el área (Dávila *et al.*, 2002: 428). Esta gran diversidad de plantas se explica por la ubicación geográfica del Valle de Tehuacán-Cuicatlán, su varie-

dad climática y la heterogeneidad ambiental que lo caracterizan (Méndez *et al.*, 2004: 88; Valiente-Banuet *et al.*, 2000: 26). Esta región es considerada uno de los principales reservorios de riqueza de especies de las zonas áridas y semiáridas de Norteamérica (Valiente-Banuet *et al.*, 2000: 25; 2006: 249; 2009: 10), por lo que en 1998 se decretó como Reserva de la Biosfera.

Actualmente en el Valle de Tehuacán-Cuicatlán se intercambian numerosas especies de plantas con distintos tipos de aprovechamiento, algunos de los cuales posiblemente ponen en riesgo la permanencia de los recursos y el conocimiento local sobre las técnicas de uso y manejo.<sup>1</sup> Una aproximación para entender estos procesos consiste en analizar los mercados tradicionales y la presión que sobre los recursos vegetales ejerce su comercialización. En particular, este trabajo<sup>2</sup> describe los elementos de lo que consideramos un mercado tradicional y sus característi-

<sup>1</sup>El manejo hace referencia a las acciones o intervenciones humanas con intención o propósito dirigido a la adecuación o transformación del recurso que se está manipulando.

<sup>2</sup>Este estudio forma parte de investigaciones del Laboratorio de Ecología y Evolución de Recursos Vegetales del Centro de Investigaciones en Ecosistemas-UNAM, que tratan de analizar factores ecológicos, económicos y socio-culturales que influyen en el desarrollo de estrategias tradicionales de manejo de recursos forestales. Estos factores son de importancia teórica para entender los procesos que originaron la domesticación de plantas y el origen de la agricultura en el Valle de Tehuacán-Cuicatlán, así como para entender los procesos actuales que ponen en riesgo la permanencia de los recursos vegetales y las respuestas técnicas de las culturas locales para el aprovechamiento sustentable de los recursos.

cas específicas. La investigación se basó en visitas a los mercados y la identificación de vendedores que ofrecen sus productos vegetales,<sup>3</sup> nativos e introducidos,<sup>4</sup> cultivados y/o recolectados, que forman parte de su subsistencia, de su tradición cultural y que son la parte medular de los mercados tradicionales. Se describe también la riqueza de elementos culturales asociados a la diversidad de vendedores, particularidades de tipos de venta, fechas con más comercio, tipos de medidas empleadas, entre otros, en los mercados.

#### LOS MERCADOS TRADICIONALES

Los mercados regionales y las plazas indígenas se desarrollaron en Mesoamérica en tiempos pre-colombinos; el comercio permitió que distintas zonas se abastecieran y complementaran sus productos por medio del intercambio (Malinowski y De la Fuente, 1957: 20, 68, 69, 113-132; Diskin y Cook, 1975: 37-43, 65-67; León Portilla, 1983: 391-396, Álvarez, 2006: 37-38, Nahmad y Carrasco, 2008: 54). Son conocidas las rutas comerciales de varias especies de plantas domesticadas como maíz, frijol, calabaza y chile, entre otras (Álvarez,

<sup>3</sup> Los recursos vegetales hacen referencia a todas las plantas nativas o introducidas, producidas en huertos familiares, o cultivadas o protegidas en la parcela (arvenses), o recolectadas de los caminos (ruderales) y bosques (recursos forestales) que son útiles.

<sup>4</sup> Los productos nativos hacen referencia a todo aquello que proviene de un determinado sitio o área y que tiene parientes silvestres en la zona. Los productos introducidos provienen de un área geográfica diferente y por lo tanto no tienen parientes silvestres.

2006: 119-127), y se sabe que grupos indígenas como los mixtecos, zapotecos y mexicas debieron gran parte de su poderío político a su eficiente y bien desarrollado sistema de comercio a través del tianguis (Cámara-Barbachano, 1966: 274; León Portilla, 1983: 391).

Los mercados mesoamericanos cambiaron con la Conquista puesto que los intereses mercantiles del Estado español y su formación de corte feudal, entre otros factores, ocasionaron que la economía se fragmentara en múltiples economías locales y regionales de diversas magnitudes, cada una con tendencia a ser autosuficiente e independiente del resto de los sistemas de mercadeo (Smith, 1982: 42). Algunos autores consideran que los mercados prehispánicos aún tienen cierta presencia en los mercados actuales por encontrarse en las mismas localidades en donde estuvieron en el pasado y por el intercambio de productos que continúa ocurriendo entre los vendedores sin tener siempre de por medio un aporte monetario (Cámara-Barbachano, 1966: 273; Diskin y Cook, 1975: 26; Álvarez, 2006: 253). De hecho, Beals (1975b: 12) indica que para los mercados campesinos de Oaxaca, lo tradicional se relaciona con las diferentes acciones e interacciones económicas que los campesinos mantienen como parte de su práctica cultural.

Desde las primeras décadas del siglo xx el comercio y los mercados precolombinos y contemporáneos de Mesoamérica se han estudiado con la finalidad de analizar las economías indígenas regionales (Diskin y Cook, 1975: 25). La antropología ha tenido una larga tradición en los estudios de mercado, co-

mo lo muestra Veerkamp (1982) en la “Bibliografía sobre mercados con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas”, trabajo que recopiló referencias de principios de la década de 1980<sup>5</sup> con información sobre mercados. Para diversos grupos étnicos, las plazas o mercados son importantes puntos de reunión para la actividad social regular de grandes sectores de población rural, para el abastecimiento de productos, y además son mecanismos indispensables de articulación social (Arizpe, 2009: 91-93; Cámara-Barbachano, 1966: 274; Diskin y Cook, 1975: 26-27; Mintz, 1982: 11-12; Paré, 1975: 85). De acuerdo con Paré (1975: 85) los tianguis son canales centrales de la articulación de la economía campesina.

Los estudios de mercados en la región de los valles centrales de Oaxaca por Malinowski y De la Fuente (1957) marcaron la pauta de estudios etnográficos de mercados de México. Estos autores consideran que las plazas constituyen el principal mecanismo económico de distribución, pues revelan la forma como la gente oferta los productos disponibles y adquiere otros para su consumo; además, muestran la organización económica de los distritos y localidades involucradas (1957: 19). Según estos autores “El sistema de mercado en el Valle de Oaxaca con sus raíces en una civilización urba-

na prehispánica, engloba algunas técnicas bien desarrolladas para el movimiento de bienes y de ideas y creemos que también es un vehículo fundamental para el desarrollo económico[...]”

En 1957 se publicó *La ciudad mercado* (Tlaxiaco) por Alejandro Marroquín, quien describió la dinámica sociocultural de los mixtecos de esa región. En la década de 1960 destacó el artículo publicado por Cámara-Barbachano (1966: 273) “Tianguis y mercados en Oaxaca”, en el que se describe de manera general a los actores sociales que intervienen en las plazas, y diferencia a los mercados, como sitios de expendio diario con una infraestructura física evidente, de los tianguis o plazas semanales.

Para las décadas 1960 y 1970 sobresalen los estudios antropológicos del equipo del doctor Ralph Beals,<sup>6</sup> entre ellos el libro *Mercados de Oaxaca* editado por Diskin y Cook (1975). En el capítulo II de ese libro “El estudio de mercados en Oaxaca: su origen, ámbito y hallazgos preliminares”, Beals consideraba que en 1970 la plaza campesina tradicional estaba decayendo en la ciudad de Oaxaca. Para entonces Beals (1975a: 60) consideraba que “el sistema tradicional todavía era un método eficiente y barato de distribución para la demanda campesina porque casi no requiere ni capital, ni equipo y está manejado por vendedores que tienen un estándar de vida bajo”. Dentro de los mercados tradicionales existían dife-

<sup>5</sup>La autora enfatiza la importancia de los estudios en mercados semanarios ya que los considera “canales comerciales” que se relacionan profundamente con la problemática agraria y con el desarrollo de los sectores productivos.

<sup>6</sup>Entre estos trabajos se encuentran libros y artículos como (Beals, 1967 y 1967a; Diskin, 1969 y 1979; Diskin y Cook, 1979).

rentes transacciones mercantiles, así como distintos tipos de vendedores. Beals también menciona que en Oaxaca “casi todos los compradores de los productos campesinos son otros campesinos y una de las características que distingue el sistema de mercado oaxaqueño de cualquier otro es que su primera función es facilitar el intercambio de bienes entre una y otra aldea” (Beals, 1975a: 64). El estudio sobre el mercadeo puede ser visto como una fase del proceso económico regional que tiene que englobar inevitablemente la producción, utilización y distribución de productos, siendo la producción la fase generadora de la economía regional (Malinowski y De la Fuente, 1957: 85; Diskin y Cook, 1975: 29, 30, 50).

Los sistemas de mercados campesinos han ido cambiando con el tiempo, a la par que la economía de mercado (Beals, 1975b: 12; Diskin y Cook, 1975; Veerkamp, 1982). Nahmad y Carrasco (2008: 34) en el Perfil de los Indígenas de México, denominan como mercado solar al escenario en donde se realiza el intercambio de los bienes producidos por los pueblos indígenas; este mercado es una combinación del mercado precolonial y del español, integrado por varios tipos de mercados con una configuración propia y una escala distinta de integración en la economía nacional. Arizpe (2009: 91 y 107) describe un mercado distintivo en donde existen intercambios a través del trueque de todo tipo de artículos y son fomentados por autoridades municipales porque se considera como parte del equilibrio social y del patrimonio cultural inmaterial de México.

Ubicar a los mercados tradicionales en el contexto de la economía de mercadeo resulta complejo, ya que no existe un modelo (según Smith, 1982) específico para México y menos aun para regiones de la República mexicana con una alta población indígena. Sin embargo, las investigaciones revisadas y el presente estudio permiten distinguir ciertas características que comparten los mercados tradicionales: *a)* su origen prehispánico, *b)* la realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario y/o un canje de productos denominado *trueque* o feriado, *c)* son semanarios, es decir se realizan una o dos veces por semana, *d)* la presencia de numerosos vendedores de distintos orígenes, muchos de ellos mujeres, que traen recursos vegetales producidos o recolectados a baja escala provenientes de sus huertos familiares, de la parcela, o de bosques circundantes, y *e)* su entrelazamiento con un mercado globalizado; en donde se puede encontrar todo tipo de mercancías.

#### LOS MERCADOS TRADICIONALES DE LA PORCIÓN ESTE DEL VALLE DE TEHUACÁN-CUICATLÁN

Entre septiembre de 2007 y octubre de 2008 se visitaron localidades entre Tehuacán, Puebla y Cuicatlán, Oaxaca por la Carretera Federal 131 para ubicar los mercados más representativos de la zona y se seleccionaron para el estudio seis de ellos, cuatro ubicados en el estado de Puebla: Tehuacán, Ajalpan, San Sebastián Zinacatepec, Coxcatlán; y dos en el estado de Oaxaca:

**Tabla 1.** Días de plaza de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán

Localidad	Día(s) de plaza	Tipo de mercado
San Juan Bautista Cuicatlán, Oaxaca	Viernes y sábado	Municipal
Teotitlán de Flores Magón, Oaxaca	Miércoles y domingo	Municipal
Coxcatlán, Puebla	Domingo	Local
San Sebastián Zinacatepec, Puebla	Jueves y domingo	Municipal
Ajalpan, Puebla	Miércoles y domingo	Microrregional
Tehuacán, Puebla	Sábado	Regional

*Fuente:* Trabajo de campo y de gabinete, 2007 a 2009. *Notas:* El tipo de mercado hace referencia a la tipología utilizada en el presente trabajo. La información de la tabla fue obtenida a partir de las investigaciones de campo del presente estudio.

Teotitlán de Flores Magón y San Juan Bautista Cuicatlán. Los mercados de esta región comparten características de lo que Cámara-Barbachano (1966: 274) denomina tianguis y mercado. Este autor describe al tianguis como sitio de distribución preponderante de productos perecederos, con la presencia de “rescatones” o “regatones” y mercaderes y comerciantes ambulantes que concurren en plazas de lugares y días fijos. También destaca la participación de una considerable población mestiza. A estas plazas acude gente que no vive en el lugar, que no tiene que comprar en su propia localidad e intercambia mayoritariamente a base de dinero o *trueque* (1966: 274).

Cada uno de los mercados estudiados tiene particularidades, pero en general todos: *a*) tienen una estructura física sólida que los delimita, *b*) existen

“días de plaza” en los que concurren más vendedores que los habituales, *c*) en los días de plaza acuden vendedores y compradores de zonas aledañas, muchos de ellos indígenas, *d*) los sitios en donde se encuentran ubicados los mercados son principalmente cabeceras municipales, *e*) al interior del mercado las personas reconocen una clasificación para los vendedores no establecidos o sin un puesto fijo, como “propios”, “regatones” y “ambulantes”, *f*) se intercambian productos entre vendedores y compradores, aunque en Cuicatlán este intercambio se presenta sólo entre vendedores, *g*) a excepción de Coxcatlán, todos los mercados que se visitaron tienen dos “días de plaza” (tabla 1) y *h*) en todos los mercados, a pesar de la sencillez del puesto y de los productos que se expenden, se cobra un impuesto por uso de suelo a los puestos

no establecidos (durante 2007-2008 el impuesto fue de tres pesos). En el caso de los puestos fijos la cuota depende del tamaño del puesto y de su giro.

#### TIPOS DE VENDEDORES

La tipología de comerciantes utilizada en este estudio se basa en las desarrolladas por Malinowski y De la Fuente (1957: 112-132) y Beals (1975a: 67-68), y hace referencia a los vendedores no establecidos que se clasifican en tres tipos:

- 1) Los vendedores “propios”, quienes traen productos provenientes de sus comunidades o de zonas aledañas a sus localidades (tabla 2). Más de la mitad de los vendedores registrados en todos los mercados son “propios”. Pueden ser productores o acopiadores de los productos de su propia comunidad, los que posteriormente son llevados a los mercados. En los mercados la gente los identifica como gente que viene “de la sierra”, con productos “limpios”, no regados con aguas residuales. La mayoría de los vendedores “propios” son mujeres, algunas acuden solas, otras con sus hijos y pocas con sus parejas. La mujer es la pieza clave en la unidad familiar de zonas rurales al cultivar y cosechar productos de traspatio y en la recolecta de plantas de la milpa; además, junto con sus hijos y en algunos casos esposos, colectan recursos vegetales del bosque que posteriormente venden en mercados locales para ayudar a complementar el gasto familiar (Nahmad y Carrasco

2008: 38). En ocasiones estos vendedores compran una caja de fruta o verdura de la temporada y la revenden. En consecuencia una vendedora “propia” también puede vender productos que provienen de un origen diferente al suyo. Casi la mitad de los vendedores entrevistados fueron “propios” (tabla 2).

- 2) Los “regateadores” o “regatones” son vendedores que compran a los vendedores “propios” en sus localidades o bien, compran productos provenientes de zonas de producción agrícola intensiva como el municipio de San Salvador Huixcolotla, del Valle de Tepeaca, Puebla. Este municipio localizado en la meseta poblana abastece de productos agrícolas a gran parte del sureste mexicano, incluyendo los estados de Puebla, Oaxaca y Veracruz. Uno de cada cuatro vendedores registrados en los mercados revende productos (tabla 2). En los mercados es posible diferenciar un grupo de vendedores denominados “acaparadores” o “acopiadores” quienes tienen un mayor volumen de venta a partir de la compra a otros y posteriormente su reventa. Estos vendedores no se consideraron en este estudio porque nos interesaba conocer los sitios de proveniencia de los recursos vegetales, algunos de éstos forestales, y en muchos casos los acaparadores desconocían tal información.
- 3) Los ambulantes son vendedores “propios” o “regatones” que se caracterizan por ofrecer sus productos deambulando por todo el mercado. Es común en todos los mercados en-

**Tabla 2.** Sitios de procedencia de los vendedores de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán

Mercado	Sitios de procedencia de los vendedores	Tipos de vendedores			Comunidad exclusiva a un mercado	Mercados en los que vende	Lengua Indígena*
		P	R	A			
San Juan Bautista Cuicatlán, Oax.	Chiquihuitlán de Benito Juárez, Oax.	X	X		X		Mazateco, Mixteco
	Concepción Pápalo, Oax.		X		X		Cuicateco
	San Juan Bautista Cuicatlán, Oax.	X	X		X		Cuicateco, Mixteco
	San Francisco Tutepetongo, Oax.	X			X		Cuicateco, Mixteco
	San Pedro Jocotipac, Oax.	X				2	Mixteco
	Santa María Ixcatlán, Oax.	X			X		Ixcateco**
	Santos Reyes Pápalo, Oax.	X			X		Cuicateco
Teotitlán de Flores Magón, Oax.	Ahuatepec, Coyomeapan, Pue.	X			X		Náhuatl
	Ajalpan, Pue.		X			3	Náhuatl
	Ayotla, Oax.	X			X		
	Cerro Verde, Oax.	X				2	Náhuatl
	Chichiltepec, Coxcatlán, Pue.	X				4	Náhuatl
	Coxcatlán, Pue.	X	X			4	Náhuatl
	Huautla de Jiménez, Oax.	X	X		X		Mazateco
	Ignacio Zaragoza, Toxpala, Oax.	X			X		Náhuatl
	Mixteca, Oax. (n.e)	X	X			5	Mixteco
	San Antonio Nanahuatípam	X	X		X		
	San José Chiapas, Teopoxco, Oax.	X			X		Náhuatl
	San José Tilapa, Pue.	X				3	Náhuatl
	San Juan de los Cués, Oax.	X			X		Mazateco
	San Martín Toxpala, Oax.	X	X		X		Náhuatl
San Pedro Jocotipac, Oax.	X				2	Mixteco	
San Sebastián Zinacatepec, Pue.		X	X		3	Náhuatl	



**Tabla 2.** Sitios de procedencia de los vendedores de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán (continuación)

Mercado	Sitios de procedencia de los vendedores	Tipos de vendedores			Comunidad exclusiva a un mercado	Mercados en los que vende	Lengua Indígena*
		P	R	A			
Teotitlán de Flores Magón, Oax.	Santa Cruz Acatepec, Oax.	x	x		x		Náhuatl
	Santa María Coyomeapan, Pue.					2	Náhuatl
	Santa María Nativitas, Pue.					4	Náhuatl
	Santa María Chilchotla, Oax.				x		Mazateco
	Santa María Teopoxco, Oax.	x	x			2	Náhuatl
	Santiago Texcalcingo, Oax.				x		Náhuatl
	Sierra Negra, Pue. (n.e.)	x	x			2	Náhuatl
	Teotitlán de Flores Magón, Oax.	x	x		x		Náhuatl, Mazateco
	Vigastepec, Teotitlán de Flores Magón, Oax.				x		Náhuatl
	Vigastepec, Coxcatlán, Pue.	x	x		x		Náhuatl
Villa Nueva, Teopoxco, Oax.	x	x		x		Náhuatl	
Coxcatlán, Pue.	Chichiltepec, Coxcatlán, Pue.	x	x		x	4	Náhuatl
	Coxcatlán, Pue.	x	x			4	Náhuatl
	Mixteca, Oax. (n.e)	x	x			5	Mixteco
	Pala, Coxcatlán, Pue.				x		Náhuatl
	San Sebastián Zinacatepec, Pue.		x	x		3	Náhuatl
	Sierra Negra, Pue.		x			5	Náhuatl
	Xochitlala, Coyomeapa, Pue.		x		x		Náhuatl
San Sebastián Zinacatepec, Pue.	Ajalpan, Pue.	x	x			3	Náhuatl
	Chichiltepec, Coxcatlán, Pue.	x	x			4	Náhuatl
	Cinco Señores, Ajalpan, Pue.		x		x		Náhuatl
	Coxcatlán, Pue.		x			4	Náhuatl

**Tabla 2.** Sitios de procedencia de los vendedores de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán (continuación)

Mercado	Sitios de procedencia de los vendedores	Tipos de vendedores			Comunidad exclusiva a un mercado	Mercados en los que vende	Lengua Indígena*
		P	R	A			
San Sebastián Zinacatepec, Pue.	Mixteca, Oax. (n.e)	X				5	Mixteco
	Ocotlamanic, Zoquitlán, Pue.	X				2	Náhuatl
	San Antonio Cañada, Pue.	X	X	X		3	Náhuatl
	San Antonio Tecoltepec, Pue.	X			X		Náhuatl
	San Esteban Necoxcalco, Pue			X		3	Náhuatl
	San José Miahuatlán, Pue.	X				2	Náhuatl
	San José Tilapa, Pue.	X	X			3	Náhuatl
	San Sebastián Zinacatepec, Pue.	X	X			3	Náhuatl
	Santa María Nativitas, Pue	X				4	Náhuatl
	Sierra Negra, Pue.	X	X			5	Náhuatl
	Tepexilotla, Zoquitlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	Xacalco, Coxcatlán, Pue.	X				2	Náhuatl
	Xaltepec, Zoquitlán, Pue.	X			X		Náhuatl
Zoquitlán, Pue.	X	X			2	Náhuatl	
Ajalpan, Pue.	Ahuatla, Ajalpan, Pue.	X			X		Náhuatl
	Ajalpan, Pue.	X				3	Náhuatl
	Cacaloc, Zoquitlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	Cerro Verde, Oax.	X	X			2	Náhuatl
	Chichiltepec, Coxcatlán, Pue.	X	X			4	Náhuatl
	Chimalhuaca, Coyomeapa, Pue.	X			X		Mazateco
	Cobatepec, Coxcatlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	Coxcatlán, Pue.	X				4	Náhuatl

**Tabla 2.** Sitios de procedencia de los vendedores de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán (continuación)

Mercado	Sitios de procedencia de los vendedores	Tipos de vendedores			Comunidad exclusiva a un mercado	Mercados en los que vende	Lengua Indígena*
		P	R	A			
Ajalpan, Pue.	Coyolapa, Zoquitlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	Mixteca Oax.(n.e.)	X				5	Mixteco
	Ocotlamanic, Zoquitlán, Pue.	X				2	Náhuatl
	Orizaba, Ver.		X			2	Náhuatl
	San Rafael Coxcatlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	San Antonio Cañada, Pue.	X	X	X		3	Náhuatl
	San Esteban Necoxcalco, Pue.	X	X			3	Náhuatl
	San José Tilapa, Pue.	X				3	Náhuatl
	Santa María Nativitas, Pue.	X				4	Náhuatl
	Santiago Chazumba, Oax.	X	X			2	Mixteco
	Sierra Negra, Pue.	X	X			5	Náhuatl
	Tehuacán, Pue.	X				2	Mix., Náh., Popol
	Trancas, Zoquitlán, Pue.	X			X		Náhuatl
	Xacalco, Coxcatlán, Pue.	X				2	Náhuatl
	Zoquitlán, Pue.	X	X			2	Náhuatl
San Juan Cuautla, Coyomeapan, Pue.		X		X		Mazateco	
"La Purísima" Tehuacán, Pue.	Altepeixi, Pue.	X			X		Náhuatl
	Chapulco, Pue.	X			X		
	Cuayuca, Pue.	X			X		
	Fortín de las Flores, Ver.		X		X		Náhuatl
	San Salvador Huixcolotla, Pue.	X	X		X		

**Tabla 2.** Sitios de procedencia de los vendedores de los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán (continuación)

Mercado	Sitios de procedencia de los vendedores	Tipos de vendedores			Comunidad exclusiva a un mercado	Mercados en los que vende	Lengua Indígena*
		P	R	A			
"La Purísima" Tehuacán, Pue.	Mixteca Oax.(n.e.)	X				5	Mixteco
	Naranja, Ver.		X		X		Náhuatl
	Orizaba, Ver.	X	X			2	Náhuatl
	San Antonio Cañada, Pue.	X	X	X		3	Náhuatl
	San Baltazar, Tecamachalco Pue.	X	X		X		Náhuatl
	San Diego Chalma, Teh., Pue.	X	X	X	X		
	San Esteban Necoxcalco, Pue.	X	X			3	Náhuatl
	San Gabriel Chilac, Pue.	X	X	X	X		Popoloca
	San José Miahuatlán, Pue.	X	X			2	Náhuatl
	San Luis del Pino, Pue.	X	X		X		Náhuatl
	Santa María Coyomeapan, Pue.	X	X	X		2	Náhuatl
	Santa María Nativitas, Pue.	X	X			4	Náhuatl
	Santa María Teopoxco, Oax.	X	X			2	Náhuatl
	San Sebastián Frontera, Oax.	X	X		X		Mixteco
	Santiago Chazumba, Oax.	X	X			2	Mixteco
	Santiago Texcalcingo, Oax.	X	X			2	Náhuatl
	Sierra Negra, Pue.	X	X			5	Náhuatl
	Tehuacán, Pue.	X	X			2	Mix., Náh., Popol
	Tepango de López, Pue.	X			X		Popoloca
	Tlacotepec de Benito Juárez, Pue.	X			X		Náhuatl, Popoloca
Trinidad Huaxtepec, Oax.	X	X		X		Mixteco	
Zapotitlán, Salinas, Pue.			X	X		Popoloca	

Fuente: Trabajo de campo y de gabinete, 2007 a 2009.

En la tabla se indica con una X el tipo de vendedor según los acrónimos: P=Propios, R=Regatones y A=Ambulantes. Las comunidades que únicamente asisten a una localidad tienen una X, mientras aquellas que asisten a más de una tienen un número que hace referencia al número de comunidades a las que asisten. \*La lengua indígena es según el "Catálogo de Lenguas Indígenas Nacionales" del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI, 2008) y de la *Enciclopedia de los Municipios de México* (2009). \*\*La lengua ixcatteca está en extinción (n.e.=no especificado).

contrar vendedores ambulantes ofreciendo ajos o frutas de temporada, pero en general se registraron pocos vendedores con otros recursos vegetales (tabla 2).

Ya sean “propios” o “regatones”, la mayoría de los puestos flotantes se establecen en el suelo, extendiendo un mantel de plástico sobre el cual colocan sus productos. Estos grupos de vendedores ocupan entre una y cuatro calles aledañas al mercado establecido.

#### TIPOS DE MERCADOS TRADICIONALES

Los mercados siempre son coloridos, ruidosos, con mucha gente deambulando a sus alrededores. Son muy dinámicos a lo largo del año, principalmente por el tipo de productos que se expenden y la gente que realiza intercambio. Existen comerciantes que acuden a vender en cada día de plaza, otros que acuden con frecuencia o de manera regular a comerciar lo que producen o colectan de los bosques aledaños al área donde viven; otros comerciantes asisten a las plazas de manera ocasional a vender “cuando hay algo que vender” dependiendo de la temporada del año y por lo tanto de la disponibilidad de un recurso. Un ejemplo de estos productos son las pitayas de mayo (*Stenocereus pruinosus*), que sólo se intercambian en abril y mayo por personas provenientes de Chazumba, Oaxaca, y Zapotitlán, Puebla. Por lo general los mercados tienen más vendedores y más movimiento los días próximos al Día de Muertos, la Semana Santa, Navidad y fiestas patro-

nales. En estas fechas vienen más “propios” de localidades aledañas a Tehuacán y de la Sierra Negra en Puebla, así como de localidades de las faldas de la Sierra Mazateca y de la Cañada en Oaxaca, e incluso de estados como Veracruz.

Se han construido tipologías sobre mercados. El presente estudio toma en cuenta las propuestas de Nahmad y Carrasco (2008: 34) y la Veerkamp (1982: 191)<sup>7</sup> para clasificar los mercados y también toma en cuenta la distancia que recorren los vendedores desde sus sitios de origen hasta llegar al mercado, los volúmenes de venta y el número de vendedores flotantes que llegan el o los día(s) de plaza. De esta manera, se puede distinguir entre los mercados estudiados, un mercado local o comunal (Coxcatlán), tres mercados municipales (Teotitlán de Flores Magón, Cuicatlán y Zinacatepec), un mercado microrregional (Ajaltzán) y un mercado regional y/o central de abasto (Tehuacán).

El mercado de Coxcatlán se considera local o comunal, pues aun cuando se encuentra en la cabecera de un municipio, los vendedores flotantes que llegan provienen en su mayoría de lo-

<sup>7</sup> Nahmad y Carrasco (2008: 34) clasifican a los mercados en: a) mercados comunitarios, de ámbito local, b) mercados municipales, c) mercados microrregionales, y, d) mercados de ámbito regional, establecidos en las principales ciudades rectoras dominantes de las regiones indígenas donde se establecen relaciones de interdependencia urbano-rural. Por su parte, Veerkamp (1982:191) clasifica los sistemas de mercados en: a) mercados semanarios, b) mercados públicos y/o fijos, c) centrales de abastos, d) mercados nacionales, de comercialización general y e) mercados internacionales.

calidades aledañas y de la misma comunidad de Coxcatlán (tabla 1). De hecho, algunos vendedores de Chichiltepec, una de las principales comunidades que llegan al mercado de Coxcatlán, comentaron que prefieren ir a otras plazas como la de Ajalpan por ser más diversas en productos que se pueden intercambiar. La plaza de Cuicatlán se considera como un mercado municipal, pues aunque no tiene muchos vendedores flotantes, algunos de ellos provienen de sitios lejanos y recorren hasta cinco o seis horas para llegar al mercado. Además, la plaza de Cuicatlán se caracteriza por tener el mayor número de puestos fijos constantes y presentar un frecuente intercambio de productos provenientes de la ciudad de Oaxaca. El mercado de Teotitlán se consideró como municipal porque recibe a numerosos vendedores “propios” de diferentes localidades. San Sebastián Zinacatepec también se consideró como un mercado regional porque presenta numerosos revendedores o “regatones” que compran productos en la plaza de Ajalpan del día anterior y los revenden; además tiene vendedores “propios” que provienen de otras localidades. El mercado microrregional de Ajalpan es muy grande pero de menor tamaño comparado con el mercado “La Purísima” de Tehuacán, que acapara productos locales, regionales y nacionales en altos volúmenes.

#### TIPOS DE MEDIDAS E INTERCAMBIO DE PRODUCTOS

En los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán son diversos

los tipos de medidas que se utilizan para comercializar los productos. Dependiendo de los productos, éstos se pueden intercambiar por pieza, manojó, montón, puño, vasito, jícara, bolsa, cubeta, huacal, costal, lata de acero grande que se denomina “litro”, mediana o “medio litro”, o pequeña o “un cuarto”, cucharada o por peso en gramos, un medio kilo, un cuarto de kilo, etc. También se le llama “medida” a las unidades de venta de un producto en un recipiente de capacidad variable. Todas las medidas que adoptan un utensilio son arbitrarias; cada vendedor elige su medida, y ésta puede diferir significativamente del que usa otro. La única medida invariable es la que implica el uso de una báscula. Un sólo producto se puede vender con distintas medidas, pero algunas hierbas como los quelites, “huele de noche” (*Cestrum nocturnum*), “hierba mora” (*Solanum nigrescens*), *Witheringia solanacea*, “pipicha” (*Porophyllum linaria*), “papaloquelite” (*Porophyllum macrocephalum*), “quintoniles” (*Amaranthus hybridus*), sólo se venden por manojó.

Algunos otros ejemplos de los tipos de medidas utilizadas se pueden observar en la tabla 3. Con respecto a la leña, se observó que ésta se vende o intercambia por pieza o por “carga”, variando el concepto “carga” entre comunidades; por ejemplo, en Teotitlán puede ser de cien troncos delgados atados, o unos 10 troncos gruesos de encino de unos 80 centímetros de largo. Las plantas ornamentales se venden por pieza si son cactáceas, bromeliáceas o magnolias y si son musgos utilizados en los “nacimientos de Navidad” se venden por

montón. Los paxtles (*Tillandsia* spp.) también se venden por montón, al igual que la cola de mono (*Lycopodium* sp.). En el caso de las plantas medicinales, el tipo de medida depende de la disponibilidad temporal, del lugar de donde provienen, y de la cantidad de dinero que se destine para su compra. Cuando las plantas medicinales son frescas se ofrecen por manojo, si son plantas secas por montón o puño, y si son preparados, (una mezcla de varias especies de plantas) se venden por “tanto”, bolsita o pieza, dependiendo de la cantidad de producto y dinero que solicite el comprador. Las plantas medicinales se consiguen “frescas” o “secas” debido

a su disponibilidad temporal y espacial. Por ejemplo, las plantas que provienen de distintas localidades aledañas a Tehuacán, se consiguen frescas en la época de temporada y se dejan secar para tener disponible el producto durante todo el año. Otras plantas medicinales que provienen de localidades distantes o de otros estados como Veracruz, Puebla o México sólo se obtienen secas y tienen costos más elevados.

Además de las plantas medicinales, también los recursos comestibles tienen otros tipos de presentación a la venta: se pueden comprar frescos, fritos, cocidos o preparados. La mayoría de productos se venden frescos; otros

**Tabla 3.** Ejemplos de algunos tipos de medidas utilizadas en la venta de especies de plantas en los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán

<b>Especie de la planta</b>	<b>Nombre común</b>	<b>Tipo de medida de venta</b>
<i>Ceiba aesculifolia</i> subsp. <i>parvifolia</i>	Pochote	Lata pequeña (cocido), platito (en ensalada), kilo, pieza y montón (crudo)
<i>Chamaedorea tepejilote</i>	Tepejilote	Manojo (crudo), semillas (crudo)
<i>Dasyllirion serratifolium</i>	Manitas o “maitzitzí”	Jícara, vasito, bolsa, montón
<i>Jatropha neopauciflora</i>	Piñón de la mixteca	Cuchara, vasito (cocido), litro, kilo (crudo)
<i>Amaranthus hybridus</i>	Quelite o quintonil	Manojo (crudo), cuchara (cocido)
<i>Agave potatorum</i>	Pápalo cacaya, pápalo	Vasito, bolsa, litro, montón de flores del agave o cacayas (crudas) o penca del agave (hojas del agave).
<i>Myrtillocactus geometrizans</i>	Garambullo	Vasito
<i>Talauma mexicana</i>	Yoloxochitl o flor del corazón	Flor (pieza fresca), costal (seca, sólo venta al mayoreo)

Fuente: Trabajo de campo y de gabinete, 2007-2009.

también se venden preparados como las ciruelas (*Spondias purpurea*), los obos (*Spondias mombin*) preparados “en dulce”; el cuajilote (*Parmentiera edulis*) cocido con piloncillo; de igual forma el tempesquistle (*Sideroxylon palmeri*), el pochote (*Ceiba aesculifolia* subsp. *parvifolia*), las tetechas (*Neobuxbaumia tetetzo*) y los nopales (*Opuntia* spp) se venden cocidos y preparados en ensaladas. También se encuentran a la venta los quelites crudos y cocidos (*Solanum nigrescens* y *Amaranthus hybridus*, principalmente), yuca (*Manihot esculenta*) y chayotes (*Sechium edule*). De un solo recurso se pueden obtener

varios productos, por ejemplo de los chayotes se puede obtener quelites (guías, tallos de la planta), el chayote crudo o cocido y la raíz o camote (chayotextle). Respecto a los insectos, se encontraron freídos chapulines, chinches o jumiles y larvas llamadas pochocuiles.

Con respecto al intercambio, en algunos mercados como Ajalpan y San Sebastián Zinacatepec, los vendedores flotantes hacen *trueque* o *ferian* todos los productos posibles, desde un chile hasta un canasto de xoconostle (*Stenocereus stellatus*). Normalmente los productos que se *ferian* son de baja calidad,



**Fotografía 1.** Mercado municipal de Coxcatlán, Puebla, diciembre de 2008. Las señoras realizan trueque de productos: maíz por papas. En la foto se observa que el intercambio es a través de pequeños platos con maíz que almacenan en las cubetas que están a sus lados. Fotografía: Yaayé Arellanes Cancino.



los más maduros, lo rezagado, lo que ya no se vendió. El maíz y el pan del día son los principales productos que se intercambian a través de diversos mecanismos. Como una particularidad regional, en Coxcatlán y San Sebastián es común ver personas (compradores) que traen una bolsa con maíz que colocan en recipientes pequeños como platos o jícaras y lo cambian por productos como fruta, leña, tortillas o ropa (fotografía 1); de hecho el maíz no es un producto que se oferte en los puestos pequeños, sólo se usa para intercambio.

En Teotitlán existen personas que traen productos de sus casas en cubetas o morrales y se abastecen de todo lo que pueden a través del intercambio; pasan de puesto en puesto ofertando sus productos tratando de conseguir cambiarlos. Algunos productos ofrecidos por los compradores a los vendedores flotantes son fruta de la temporada, como mango (*Mangifera indica*), o chupandío (*Cyrtocarpa procera*), tortillas, leña y hasta palomitas de maíz en el mercado de Tehuacán. Los vendedores flotantes “propios” y “regatones” se abastecen de cualquier producto que sea de su conveniencia, incluyendo ropa usada. El mercado se convierte en un centro fundamental para el abasto y subsistencia de muchas familias.

#### DESCRIPCIÓN DE LOS MERCADOS

Para complementar la reseña de los mercados estudiados y documentar aspectos de su historia y manejo, se realizaron entrevistas con los regidores de cada plaza. El registro histórico es inexistente, porque a la entrada de

cada administración desaparece la información, como lo mencionó más de un funcionario, “cada vez que entra una administración, es borrón y cuenta nueva”. En cada localidad el cabildo cambia de nombre y de funciones, por lo que las entrevistas fueron semi-estructuradas en función de la información que aportaba cada funcionario.

#### *Mercado de San Juan Bautista Cuicatlán, Oaxaca*

El mercado de Cuicatlán se ubica en el centro de San Juan Bautista Cuicatlán (fotografía 2). Existen cerca de 50 puestos fijos, y en los días de plaza, viernes y sábado, se establecen entre 30 y 50 puestos flotantes, con personas que provienen de distintas localidades (tabla 2). La mayoría de puestos no establecidos son de vendedores indígenas hablantes de cuicateco. Este mercado se abastece de productos provenientes de la ciudad de Oaxaca como mole, chocolate, pan, quesillo, queso fresco, tlayudas y verduras del estado de Puebla. Existen muchos puestos no establecidos con productos fabricados con palma, la mayoría de ellos provenientes de San Pedro Nodón, San Pedro Jocotipac y Santa María Ixcatlán, quienes también comercian frijoles y trigo. Muchos transeúntes tienen la cultura de utilizar bolsas de mandado, o canastos, o incluso carteras decoradas hechas con palma (*Brahea dulcis*). La zona es productora de limón (*Citrus limon*), melón (*Cucumis melo*), papaya (*Carica papaya*), mango, ciruela, berenjena (*Solanum lanceolatum*) y angú (*Abelmoschus esculentus*), por lo que es



**Fotografía 2.** Panorámica del mercado municipal de San Juan Bautista Cuicatlán, Oaxaca, en junio 2008. Los puestos pequeños se ubican por lo general a la orilla del mercado. Fotografía: Yaayé Arellanes Cancino.

frecuente ver estos productos en el mercado en su temporada de cosecha.

De acuerdo con la regidora de Panteones, Parque y Mercados,<sup>8</sup> entre los principales productos vegetales comercializados en la región se encuentran el chepil (*Crotalaria pumila*), hongos, que-lites (que incluye guías de chayote), flor de pitahaya a la que denominan “orejona” (*Hylocereus undatus*), pápaloque-lite y cocochitos o botones de nopal (*Nopalea auberi*). Por parte de la regiduría no existe un control sanitario de los productos que se venden en el mercado. Además, la regidora comentó que actualmente no se acostumbra inter-

cambiar productos en este mercado y recordó que sus abuelos le contaban que era algo que se realizaba a principios de siglo, pero con el tiempo se fue perdiendo. Ella ha visto que entre los vendedores se puede observar el intercambio de productos, pero esta acción no se realiza con el público en general. A las personas de “los Pápalos” o “la Sierra”, se procura no cobrarles debido a que sus ventas son reducidas y generalmente sus ganancias sólo les alcanzan para comprar otros productos, pagar la comida del día y el pasaje de regreso a su comunidad. También se entrevistó al secretario de la Regiduría de Ecología y Salud,<sup>9</sup> quien

<sup>8</sup> Entrevista realizada el día 28 de septiembre de 2008 a la señora Asunción Ramírez Pacheco, regidora de Panteones, Parques y Mercados durante el trienio 2008-2011.

<sup>9</sup> Entrevista realizada el día 28 de septiembre de 2008 al señor Mariano Jiménez Velasco, secretario de la Regiduría de Ecología y Salud de San Juan Bautista Cuicatlán durante el trienio 2008-2011.

corroboró la información anterior y agregó que su regiduría tampoco controla de manera sanitaria ninguno de los recursos que se venden en el mercado.

En general, este mercado recibe menos de 50 vendedores flotantes. Estos puestos tienen sólo de tres a seis productos diferentes, excepto en el caso de los hongos que se colectan en la época de lluvia, y de los cuales se pueden encontrar hasta ocho diferentes especies en una sola *medida* o recipiente de venta. Como mencionó la regidora de Parques, Panteones y Mercado, no se observó *trueque* de productos, sólo hay intercambio de productos por dinero y existe la flexibilidad del regateo. Los productos que traen los vendedores “propios” son colectados o sembrados y a algunos les dan algún tipo de manejo, actividad detectada a partir de las entrevistas realizadas porque explican cómo colectan los recursos y qué hacen para que éstos sigan produciendo. De las entrevistas realizadas a los vendedores se pudo apreciar el profundo conocimiento que tienen sobre los productos que ofertan, su proveniencia, los criterios para elegirlos, así como técnicas para limpiarlos, prepararlos y consumirlos.

#### *El mercado de Teotitlán de Flores Magón, Oaxaca*

El mercado municipal de Teotitlán “Raúl Sandoval Andazuri” se localiza a 500 m al oeste del centro del municipio. Existen alrededor de 40 puestos fijos, principalmente de comida preparada. En los días de plaza (miércoles y domingo) se establecen alrededor de cien

puestos flotantes y otros puestos de comerciantes del pueblo que tienen sus establecimientos fuera del mercado.

La mayoría de puestos de la plaza vende frutas y verduras provenientes de Puebla (tabla 2). Gran parte de estos marchantes hablan náhuatl y es común escuchar a la gente platicando en este idioma, ofreciendo mercancía o tratando de feriar. Los principales productos que ofrecen vendedores “propios” son plantas comestibles como cacasayas (flores de diferentes especies de magueyes *Agave* spp.), xoconostle, jiotilla (*Escontria chiotilla*), cilantro de monte (*Coriandrum sativum*), epazote (*Chenopodium ambrosioides*), diversos quelites como lengua de vaca (*Rumex crispus*), nabo (*Brassica campestris*) y pápaloquelite (*Porophyllum macrocephalum*), así como flores de frijol (*Phaseolus vulgaris*) y manitas (*Dasylyrion serratifolium*), plantas medicinales como cuachalalate (*Juliania adstringens*), ruda (*Ruta chalepensis*), hierba de borracho o poleo (*Satureja oaxacana*), leña y flores ornamentales según la temporada del año.

El regidor de Hacienda<sup>10</sup> comentó que no existen archivos ni registros del mercado. Señaló que el mercado originalmente se encontraba en el parque central de la población y cuando inició la pavimentación del pueblo teotiteco, hace más de dos décadas, reubicaron a los vendedores para que no obstruyeran el paso. Dijo no saber con precisión

<sup>10</sup> Entrevista realizada al licenciado Rafael López García, regidor de Hacienda del trienio 2008-2011, el 19 de septiembre de 2008 en el palacio municipal de Teotitlán de Flores Magón.

el tiempo que tiene el mercado y considera que a través del tiempo el mercado ha ido creciendo. Al inicio había pocos puestos y en la actualidad el espacio está totalmente saturado. Comentó que el miércoles es el día de la plaza más grande y que cada Ayuntamiento ha tenido un talonario para el cobro de impuestos del mercado; el pago del derecho de piso está en función del tamaño del puesto y su giro comercial.

La regiduría de Hacienda entrega alrededor de 60 talones a los puestos grandes, la mayoría a puestos del estado de Puebla. Es característico de este mercado que la venta de productos baje en los meses de julio y agosto, debido a que el sector de servicios disminuye en esas fechas. Según el regidor, el mercado de Teotitlán ha cambiado en cuanto al tipo de bienes que se realizan, pues considera que actualmente se venden menos los provenientes de la sierra. Los jóvenes ya no los consumen porque “ellos ya no quieren ser campesinos”. Cuando la producción de limón era una fuente de ingreso importante mucha gente se dedicaba al campo. “Ahora labrar la tierra ya no es una fuente de ingreso importante, por lo que los jóvenes no quieren ser campesinos y se desapegan de los productos que provienen de su tierra”.

En otra entrevista, el regidor de Ecología del municipio de Teotitlán<sup>11</sup> comentó que actualmente se está realizando un padrón de los vendedores, el

cual les permitirá conocer cuánta basura se genera por puesto y cómo mejorar el servicio de limpieza. Los resultados del padrón indican que son alrededor de 150 puestos flotantes los que se integran al mercado los días de plaza, mientras cerca de 60 vendedores que vienen de la sierra. Comentó que no existe una regulación de los productos del mercado.

En el mercado de Teotitlán, a diferencia del de Cuicatlán, prácticamente ningún producto proviene de la ciudad de Oaxaca. Teotitlán está ubicado geográficamente en la frontera estatal entre Oaxaca y Puebla, y la mayoría de las plantas comestibles que se comercializan provienen principalmente de Tehuacán. En el mercado es posible encontrar algunos alimentos tradicionales oaxaqueños como un dulce hecho con maíz llamado nicuatole, pero gran parte de la gastronomía teotiteca está relacionada con la cocina poblana.

#### *El mercado de Coxcatlán, Puebla*

El mercado de Coxcatlán se establece en una galera cercana al centro de dicha población. Todos los días hay pocos puestos con productos perecederos, pero el domingo, día de plaza, el mercado se enriquece con puestos que venden frutas, verduras y carnes, hasta ropa, calzado, discos y abarrotes. Alrededor del mercado se extienden aproximadamente de 30 a 40 vendedores provenientes de diferentes barrios de Coxcatlán, de Chichiltepec y de la Sierra Negra (tabla 2), quienes venden quelites, jiotilla, manitas, epazote, pipicha, papaloquelite (*Chenopodium ambro-*

<sup>11</sup> Entrevista realizada el 20 de septiembre de 2008 al profesor Natalio Cortés Mendoza, regidor de Ecología del municipio de Teotitlán de Flores Magón durante el trienio 2008-2011.

*sioides*), tequelite (*Peperomia pelti-limba*), gusanos pochocuilos (larva comestible de la mariposa *Arsenura polyodonta*), entre otros productos.

La gran mayoría de estos vendedores son “propios” y ofertan los productos que producen y cosechan de sus parcelas, huertos familiares y bosques circundantes. Aunque este mercado no es muy extenso, posiblemente porque los vendedores prefieren ir a otros mercados más grandes con una mayor variedad de mercancías, es frecuente presenciar el *trueque* de diversos productos. Entre los vendedores se habla náhuatl, pero no es común escuchar a los compradores hablar este idioma. El 27 de diciembre se celebra la fiesta patronal de San Juan Evangelista, según doña Isabel Mendoza (fotografía 1) desde antes de Navidad llegan vendedores de la Sierra con plantas ornamentales y productos de sus localidades, y se establece uno de los mercados más grandes del año.

#### *El mercado de San Sebastián Zinacatepec, Puebla*

El mercado municipal de San Sebastián Zinacatepec se ubica cerca del palacio municipal de dicha población, donde se extiende con puestos establecidos y los flotantes en las calles circundantes los días de plaza, jueves y domingo. La mayoría de puestos vende frutas, verduras y comida preparada, y también hay puestos de hierbas medicinales, productos naturistas, ropa, calzado, discos, flores, entre otros. Una calle aledaña al mercado la ocupan los vendedores de la sierra con recur-

sos vegetales que provienen de muy diversos puntos, desde San José Tlaxpa, Puebla, hasta pueblos aledaños a Tehuacán (tabla 2). De este tipo de vendedores se establecen alrededor de 50 a 60 puestos con diversos productos comestibles, según la temporada del año, tales como pochote (*Ceiba aesculifolia* subsp. *parvifolia*), tempesquistle, quelites, xoconostle, jiotilla, cacayas y hongos. Hay un sólo puesto constante que únicamente vende plantas medicinales, y como en todos los mercados, también se ponen puestos ocasionales de personas que ofrecen productos medicinales novedosos, como el *palo de víbora* o *bálsamo de Perú*.

En la entrevista realizada al director de Ecología,<sup>12</sup> éste comentó que no existe regulación de los recursos que se venden en el mercado, y que en pasadas administraciones, hace unos cuatro años se prohibió la venta de hongos porque una persona se había intoxicado. Recordó que el origen del mercado es antiguo, ya que sus abuelos le hablaban de él. El director de Ecología, quien es campesino, comentó que actualmente la Dirección de Ecología está enfocada principalmente al apoyo al campo, que es la fuente principal de ingresos de la población. Esta dirección también realiza acciones en temas ecológicos, ya que prohíbe la tala de árboles en la comunidad ... “regular la tala de árboles es importante en la co-

<sup>12</sup> Entrevista realizada el día 22 de septiembre de 2008 al señor Bernardino Miguel Cruz Maldonado, director de Ecología y Agricultura de San Sebastián Zinacatepec en el trienio 2008-2011.

munidad, pues un alto porcentaje de habitantes todavía cocina con leña"... , y además ha fomentado el rescate de la cultura a través de bailes como el del *colix* (esta palabra significa col en náhuatl) que convoca la unión familiar.

San Sebastián Zinacatepec tiene una alta población indígena campesina. La mayoría de quienes compran los productos de los vendedores de la sierra son otros campesinos. De hecho, les llama la atención que gente ajena a este sector consuma sus productos. En días previos a la fiesta del santo patrono del pueblo, San Sebastián Mártir (20 de enero), se establece un mercado totalmente indígena campesino, con 100-120 puestos de vendedores que en su mayoría provienen de la Sierra Negra. Se prefiere el *trueque* de productos por maíz, más que el cambio de productos por dinero. Es asombroso todo lo que se puede cambiar, desde una cebolla, un tamal hasta un suéter usado. Los trueques son sugeridos según el interés de vendedores y transeúntes.

### *El mercado de Ajalpan*

Ajalpan es uno de los municipios más grandes de la región, con un mercado tipo galera muy grande a 500 metros del Palacio Municipal. Los miércoles y los domingos, días de plaza, se extienden numerosos puestos de mayoreo y menudeo de frutas y verduras, carne, comida preparada, ropa, calzado, trastes, leña, más de 20 puestos de plantas medicinales y muchos otros productos. Aunque Ajalpan se encuentra a sólo 11 km de Tehuacán, muchos vendedores prefieren venir a este mercado porque

“no se van a casa con las manos vacías”, ya que es un sitio en donde todo se intercambia.

Alrededor de la galera se establecen los “propios” y “regatones” de distintas comunidades (tabla 2). En general la gente que viene de la sierra poblana y la mixteca oaxaqueña no se mezclan con los “propios” que vienen de barrios y localidades aledañas a Tehuacán. Aquí hay mayor número de vendedores respecto a los mercados antes descritos; se contaron más de 150 puestos no fijos con recursos vegetales y con mayor volumen de venta. Un ejemplo de lo anterior es la venta de pochote. En enero de 2008 se calculó una venta de 160 kg de semilla de pochote cocida en un sólo día (20 puestos). De igual manera, para el mes de abril se venden más de 200 kg de pitayas provenientes de la Mixteca oaxaqueña en un sólo día de plaza (15 puestos). Entre los principales productos comestibles que se venden se encuentra el tempesquistle, la jiotilla, guajes (*Leucaena esculenta*, *L. leucocephala*), pochote, xoconostle, chupandío, cacayas, manitas y los quelites: pápalo y pipicha, entre otros.

Al preguntarle al regidor de Ecología<sup>13</sup> sobre la regulación de los puestos, comentó que de parte de su Regiduría no se regula nada de lo que se vende. Comentó que la Regiduría regula la extracción y tala de árboles de la ciudad de Ajalpan, pero no se regulan los

<sup>13</sup> Entrevista realizada el día 24 de septiembre de 2008 al señor Miguel Sánchez, regidor de Ecología del trienio 2008-2011, en el Palacio Municipal de Ajalpan.

productos que están en el mercado. La administración del mercado se encuentra a cargo de la Regiduría de Industria y Comercio y se conoce que existe un director y un reglamento interno del mercado.

Días antes de la Navidad, en Ajalpan se extiende el mercado navideño más grande de la región con más de 60 puestos de una gran variedad de plantas para adornar los “nacimientos”. Se observaron varias especies de cactus, bromelias y helechos, así como ramas de pinos, paxtle entre muchos otros productos. La mayoría de vendedores sólo frecuentan este mercado en esta época o cambian su giro, como es el caso de las vendedoras de plantas medicinales que venden plantas ornamentales para los altares de Navidad.

### *El mercado de Tehuacán*

Tehuacán, la segunda ciudad más grande de Puebla, es un sitio abastecedor de productos para muchas localidades. Tiene varios mercados entre los que sobresalen el 16 de Marzo y La Purísima. El primero se localiza en el centro del municipio, en una zona de mucho movimiento comercial, acogido por una estructura que alberga numerosos locales con diferentes giros. En los pasillos y en los alrededores del mercado 16 de Marzo se colocan puestos no establecidos de recursos vegetales que en su mayoría son de regateadores de plantas comestibles como tempesquite, pochote, nopales, quelites, entre otras y numerosos puestos de plantas medicinales. El otro mercado, “La Purísima”, se localiza un kilómetro al

oriente del Palacio Municipal de Tehuacán y es el centro abastecedor de productos más grande de la región.

El viernes por la tarde empiezan a llegar los vendedores de diversas localidades a La Purísima e inician las ventas de productos, principalmente entre “propios” y “regatones”. Algunos vendedores, sobre todo los que vienen de localidades lejanas y con pocos productos, pernoctan en las banquetas y orillas del mercado acostados sobre cartones para esperar la plaza del día sábado. En la mañana del sábado inicia el movimiento y a medio día el mercado está en su apogeo. Los puestos de diversos productos y giros abarcan entre dos y tres cuadras a la redonda del mercado, lo que depende de la temporada del año.

A diferencia de los mercados antes descritos, en el mercado de Tehuacán acuden grandes productores con mayores volúmenes y se realizan transacciones a mayor escala con productos de distintos orígenes. “La Purísima” es el equivalente a una central de abasto, con venta de mayoreo y menudeo, con puestos que venden por kilo o medida, hasta los que venden por caja o costal. Entrelazados con grandes puestos se encuentran vendedores de baja escala provenientes de diversas localidades (tabla 2).

En el mercado se encuentran vendedores de recursos vegetales “propios” o “regatones” que colocan sus puestos en los mismos sitios semana tras semana; provienen de los alrededores de Tehuacán con productos comestibles de la región como pipicha, pápalo, berros (*Nasturtium officinale*), entre otros.

Se observó que estos vendedores intercambian sus productos con los de otros puestos para aumentar la diversidad de productos que ofrecen al consumidor. Este tipo de plantas también se venden en otra sección del mercado que provienen de San Salvador Huixcolotla, pero se diferencian en tener plantas de mayor tamaño. De hecho, muchas personas consideran a estos productos de mala calidad porque “crecen con medicina” y son regados con aguas residuales (entrevistas informales realizadas a los compradores de Teotitlán, San Sebastián, Ajalpan y Tehuacán).

Otros vendedores asisten al mercado con regular o escasa frecuencia con bienes que traen directamente de sus comunidades o que regatean un día antes. Estos marchantes se encuentran dispersos en el mercado, entre puestos fijos, en las orillas, y algunos se convierten en ambulantes. Al igual que en el mercado de Ajalpan, en el mercado La Purísima se observó que los vendedores “propios” de puestos no establecidos se encuentran agrupados de acuerdo con su sitio de origen. Por un lado se encuentra la gente que proviene de La Mixteca, separados de los que vienen de la sierra, por otro las personas que venden plantas de las zonas aledañas a Tehuacán y aparte los vendedores ambulantes “propios”.

Respecto a las plantas medicinales, se encontraron más de 20 puestos establecidos con comerciantes provenientes de San Antonio Cañada y San Esteban. Una gran parte de las vendedoras de plantas medicinales son hijas, nietas, nueras o sobrinas de la familia

de doña Estefanía Paredes de San Antonio Cañada, quien lleva varias décadas comercializándolas en Tehuacán y Ajalpan (Solari y Casas, 2009). Con respecto al *trueque* de productos, este mercado conserva esta transacción en cambios de comida preparada y tortillas, principalmente, sobre todo entre personas con puestos pequeños.

#### OBSERVACIONES FINALES

Los mercados tradicionales se distinguen por tener plazas semanales en días y lugares fijos y gran diversidad de vendedores de productos locales, como una especie de nichos inmersos en una economía globalizada. En cada uno de los mercados descritos llegan distintos tipos de vendedores con diversos sistemas de intercambio, medidas y productos dependiendo de la cultura culinaria, lo que pueden producir y del acceso a los bosques circundantes. Cada mercado tiene sus particularidades y funcionan a distintos niveles como canales comerciales y de intercambio de productos para numerosos vendedores y consumidores. La importancia de estos mercados tradicionales radica en la función social, económica y cultural que tienen dentro de cada una de las comunidades.

En particular, uno de los sectores más beneficiados es el de los vendedores de productos vegetales nativos o producidos en la región. El mercado es el vehículo para obtener una fuente de ingresos a través del intercambio de productos que se convierte en una importante estrategia de negociación porque los vendedores regresan a casa



con algo que ellos no producen, con mercancías para las necesidades básicas de la casa, y si es posible regresan con “un dinerito” obtenido a través de la venta de sus productos. Como indicó una de las vendedoras: “[...] aquí sentada cambié mi xoconostle por papa, aguacate, nopal y pan[...] no se hace negocio, es para ir saliendo[...]<sup>14</sup>”

El trasfondo del *trueque* es el dar un producto por otro, intercambiando equivalentes sin que medie la moneda, esa forma de satisfacer necesidades cotidianas es una característica distintiva que se presentó en la mayoría de los mercados visitados. El sitio más importante para el intercambio de equivalentes fue el mercado de Ajalpan, uno de los más frecuentados por personas de distintas localidades que prefieren *feriar* sus productos. Desde el punto de vista económico, el centro de comercialización más importante de la región es el mercado La Purísima en Tehuacán, el lugar más grande e importante porque al tener la mayor cantidad y variedad de productos, abastece a numerosos y diversos consumidores; incluso llega a proveer de manera directa e indirecta a mercados de otras entidades federativas.

La importancia de cada mercado también radica en la gente que vende y en lo que se vende. La mayoría de los vendedores son mujeres, por lo que se esperaría que como parte de una unidad familiar la entrada económica de estos recursos sólo fueran un comple-

mento. Sin embargo, en las entrevistas realizadas un gran porcentaje de las mujeres comentaron que lo que ellas llevan a casa es fundamental para la subsistencia de sus familias, porque es insuficiente lo que sus maridos obtienen con la labranza de la tierra. El trabajo de las mujeres en el mercado caso resulta una fuente fundamental para complementar el magro ingreso del esposo, cuando lo tienen.

La presencia de los vendedores que intercambian productos vegetales cambia notablemente entre mercados. La distancia entre los mercados de Cuicatlán y Tehuacán es aproximadamente de 120 km, esto podría explicar en parte de la asistencia de los vendedores que llegan a un mercado, por el tiempo de traslado y el costo del pasaje. Se registró que 69 por ciento de los vendedores asisten solamente a un mercado y sólo 2.8 por ciento asisten a cinco mercados; de hecho no se identificaron en todos los mercados vendedores de la misma localidad de proveniencia (tabla 2). “Los marchantes” cambian aunque no se traslapen los días de plaza. Además de variar los sitios de origen de los vendedores también cambia la frecuencia con la que asisten a los mercados. Con base en las entrevistas realizadas, fue posible diferenciar tres tipos de vendedores en función de la frecuencia de asistencia: a) vendedores frecuentes que acuden al mercado cada semana en el “día de plaza”; un caso particular son las vendedoras de plantas medicinales de Tehuacán y Ajalpan quienes acuden entre cuatro y siete días a la semana y dependen casi en su totalidad de esta

<sup>14</sup> Entrevista realizada a doña Gerarda de San José Tilapa en el mercado de San Sebastián Zinacatepec, 24 de septiembre 2008.

fuente de ingresos; *b*) vendedores regulares que asisten entre una y tres veces al mes, y *c*) vendedores ocasionales que asisten a los mercados cuando tienen algo para vender, de acuerdo con la disponibilidad de un producto la cual tiene que ver con su época de cosecha.

Además de cambiar los vendedores entre los mercados, también varían algunos de los recursos vegetales que se ofrecen. Se considera que los factores que influyen en la presencia de un recurso vegetal en el mercado son: *a*) la presencia del vendedor que llegue a ofrecerlos, *b*) el acceso de los vendedores a los recursos, *c*) la disponibilidad temporal del recurso vegetal, y *d*) la cultura culinaria. El primer inciso está relacionado con los factores que llevan a un vendedor a elegir una plaza para el intercambio de sus recursos y posiblemente está relacionado con la cercanía a un mercado, o las ventajas que le ofrece una plaza al vendedor, como es el caso en Ajalpan en donde la plaza es muy diversa en recursos vegetales y en donde el *trueque* de recursos es una práctica frecuente.

Para el segundo caso, los vendedores pueden tener acceso a los recursos cuando los siembran, los recolectan o los acopian de productores de localidades aledañas. Para los recursos recolectados los vendedores tienen acceso a diversas asociaciones vegetales, y llegan a caminar hasta dos horas o más para llegar al sitio en donde recolectan las plantas que ofrecen en el mercado. Debe tomarse en cuenta que en la región hay un gran abanico de tipos de vegetación, desde bosques secos ubica-

dos en el valle hasta bosques templados en las partes más altas (Valiente-Banuet *et al.*, 2009), por lo que existe una amplia posibilidad de encontrar recursos forestales de diversos ecosistemas en los mercados.

Con respecto al tercer inciso, la disponibilidad temporal de un recurso hace referencia a la presencia de un recurso en el mercado de acuerdo con sus características biológicas. Muchos recursos se pueden encontrar a lo largo de todo el año, pero existen algunos que sólo se encuentran en determinadas fechas. La disponibilidad de un recurso además influye en su costo. En la tabla 4 se puede observar la disponibilidad temporal de algunos de los recursos que se comercializan y el intervalo de precios que presentan. Los precios varían al inicio o al final de la temporada y se estabilizan cuando la producción se encuentra en auge, tiempo de mayor disponibilidad de un recurso, cuando su cosecha está en el punto máximo. En el mercado los vendedores consideran que “no todos los años son iguales” y el volumen de los productos puede cambiar de un año respecto a otro. Este patrón es más evidente en cactáceas como las tetechas, el cardón y el xoconostle, pues debido al ciclo de vida que tienen las plantas los vendedores estiman que “un año se da mucho y otro se da poco”. Otro ejemplo es el piñón (*Pinus cembroides*), que sólo se produce cada dos a cuatro años, de acuerdo con lo que dicen los vendedores. Para este recurso en específico, los vendedores consideran que “los patrones de producción están cambiando con el clima”.

**Tabla 4.** Disponibilidad de algunas plantas comestibles que se venden en los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán

<b>Nombre común/ \ Nombre científico</b>	<b>Meses de temporada</b>	<b>Precios mínimo y máximo por kilo</b>	<b>Mercados en que se vende</b>
Chupandio/ <i>Cyrtocarpa procera</i>	Sep.- Oct.	\$6.00 a \$22.00	Aj, SS, Th, Teo
Manitas/ <i>Dasyllirion serratifolium</i>	Abr.-Sep.	\$15.00 a \$42.00	Aj, Teo, Th
Jiotilla/ <i>Escontria chiotilla</i>	Abr.-May. Ago.-Sep.	\$10.00 a \$36.00	Aj, Cox, SS, Teo, Th
Piñón de la Mixteca/ <i>Jatropha neopauciflora</i>	Ago.-Oct.	\$61.00 a \$129.00	Aj, Th
Tempequistle/ <i>Sideroxylon palmeri</i>	Dic.-May.	\$12.00 a \$93.00	Aj, SS, Teo, Th
Pochote/ <i>Ceiba aesculifolia</i> subsp. <i>parvifolia</i>	Ene.-Abr.	\$29.00 a \$116.00	Aj, SS, Th
Tepejilote/ <i>Chamaedorea tepejilote</i>	Dic.-May.	\$5.00 a \$18.00	Aj, Cui, SS, Teo, Th

*Fuente:* Trabajo de campo y de gabinete, 2007 a 2009. *Notas:* Los meses están abreviados con las tres primeras letras correspondientes a cada mes. Los precios fueron registrados en la presente investigación desde el mes de septiembre de 2007 hasta el mes de octubre de 2008, en la mayoría de los casos los precios son extrapolados a un kilo. Los acrónimos de los mercados indican: Aj: Ajalpan, Cox: Coxcatlán, Cui: San Juan Bautista Cuicatlán, SS: San Sebastián Zinacatepec, Teo: Teotitlán de Flores Magón, Th: Mercado “La Purísima” de Tehuacán.

En relación con el último inciso de los factores que influyen en la presencia de un recurso forestal en el mercado, un caso del cambio de la cultura culinaria entre los mercados tradicionales es el pochote. Existen poblaciones naturales de esta planta a lo largo del Valle de Tehuacán-Cuicatlán. En temporada, desde el mes de febrero hasta abril, se comercializan las semillas comestibles en San Sebastián Zinacatepec, Ajalpan y Tehuacán, ya sea

crudas dentro del fruto, o “limpias”, sin el algodón o arilo que las circunda, o también se venden cocidas o preparadas en ensalada. Fuera de su temporada de cosecha es posible conseguir pochote en la plaza de La Purísima en Tehuacán. Dichas semillas llegan a tener un precio de 29 a 116 pesos por kilogramo; en un día de plaza en Ajalpan en enero de 2008 se estimó una venta de más de 170 kg, lo que representa un fuerte ingreso económico. En los

mercados de Teotitlán y Cuicatlán este recurso vegetal no se comercializa porque se considera “una botana de monte” que sólo la consumen los que van a trabajar en la labranza de la tierra o a pastorear chivos al cerro, o cuando se sale a pasear en días de campo con la familia (información obtenida a partir de entrevistas informales realizadas con personas de Teotitlán).

En los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán cambian los vendedores, los productos y los lugares de proveniencia de los mismos, también los tipos de vegetación de donde vienen, así como las costumbres para consumirlos, colectarlos e intercambiarlos. Sin duda, los móviles económicos distan de ser predecibles en los mercados estudiados en donde se interrelaciona una gran diversidad cultural y biológica que se entrelaza con la situación económica particular de cada vendedor.

Los mercados tradicionales tal como se consideran en este trabajo se distinguen por tener una gran diversidad de productos que provienen de distintas asociaciones vegetales, producidos y/o recolectados por vendedores con distintos orígenes, en su mayoría mujeres y por la presencia del intercambio de productos ya sea con moneda o por un intercambio de equivalentes conocido como *trueque*, actividad de mayor incidencia en las culturas campesinas e indígenas que constituye una estrategia para obtener recursos sin necesidad de la moneda y de una forma tal en que ninguna de las partes va obtener ganancia metálica alguna. El *trueque* es una forma ancestral de in-

tercambio en vía de extinción y desde luego, diferente a una sociedad capitalista. En este sentido se considera a los mercados tradicionales estudiados como un nicho dentro de una economía globalizada por el intercambio de productos a través del trueque y por la venta de productos nativos.

El mercado tradicional ofrece al consumidor recursos forestales cuyo intercambio posiblemente pone en riesgo las poblaciones naturales de algunas especies nativas. A partir de las entrevistas realizadas a los vendedores se infiere la necesidad de los vendedores de ofertar productos, o que la demanda del mercado favorece la sobre-explotación de algunas especies de plantas<sup>15</sup> para obtener un beneficio económico. Las plantas que pueden ser las más vulnerables son las recolectadas de sus ecosistemas que no reciben algún tipo de manejo capaz de amortiguar el efecto de la extracción de productos, particularmente las plantas con precios más altos en el mercado. Sin embargo, se requieren más estudios que indaguen los motivos que llevan a los vendedores a la sobre-explotación de los recursos y las implica-

<sup>15</sup> En este estudio se consideran ocho especies nativas que posiblemente se están sobre-explotando por el comentario de los vendedores que indicaba que antes no caminaban tanto y ahora tenían que caminar más de una hora para encontrarlas, y cada año había que caminar más y hay en menor abundancia. Estas especies son: *Dasyllirion serratifolium* (manitas), *Agave* sp. 1 (cacaya), *Agave* sp. 2 (cacaya), *Jatropha neopauciflora* (piñón), *Ceiba aesculifolia* subsp. *parvifolia* (pochote), *Neobuxbaumia tetetzo* (tetecha), *Myrtillocactus geometrizans* (garambullo) y *Pa-chycereus weberi* (semilla de cardón).

ciones que tiene esta sobre explotación desde un punto de vista biológico y social. Con la pérdida de un recurso se extingue también una cultura culinaria, que posiblemente repercuta en la práctica de la “economía natural” del trueque y, en consecuencia, en la diversidad cultural y biológica que existe en los mercados tradicionales. Además, la pérdida de foros de intercambio y de productos regionales poco a poco conlleva hacia la uniformidad de la sociedad. Se requieren acciones y programas que impliquen la conservación de los mercados tradicionales y de los recursos naturales que albergan, que busquen alternativas para disminuir la presión que existe sobre los recursos naturales y que fomenten al equilibrio entre la naturaleza y la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, Luis Rodrigo (2006), *Las rutas, los productos y el comercio prehispánicos en el sur y sureste de Mesoamérica, un enfoque arqueológico*, Oaxaca, Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, Provedora Escolar.
- ARIZPE, Lourdes (2009), *El patrimonio cultural inmaterial de México: ritos y festividades*, México, Cámara de Diputados-LX Legislatura/UNAM/Conaculta/Porrúa.
- BEALS, Ralph (1975a), “El estudio de mercados en Oaxaca: su origen, ámbito y hallazgos preliminares”, en Martin DISKIN y Scott COOK (eds.),  *Mercados de Oaxaca*, México, INI, pp. 54-73.
- \_\_\_\_\_ (1975b), *The Peasant Marketing System of Oaxaca, México*, Los Ángeles, University of California Press.
- \_\_\_\_\_ (1967), “The Structure of the Oaxaca Market System”, *Revista Mexicana de Estudios Antropológicos*, núm. 21, pp. 333-342.
- \_\_\_\_\_ (1967a), “Un sistema tradicional de mercado”, *América Indígena*, núm. 27, pp. 566-580.
- CÁMARA-BARBACHANO, Fernando (1966), “Tianguis y mercados en Oaxaca”, en Antonio POMPA y POMPA (ed.), *Summa Anthropologica, Homenaje a Roberto Weitlaner*, México, INAH, pp. 273-280.
- CASAS, Alejandro *et al.* (2001), “Plant Resources of the Tehuacán Valley, México”, *Economic Botany*, núm. 55, pp. 129-166.
- DÁVILA, Patricia *et al.* (2002), “Biological Diversity in the Tehuacán-Cuicatlán Valley, México”, *Biodiversity Conservation*, núm. 11, pp. 421-422.
- DISKIN, Martin (1979), “La estructura de un mercado campesino en Oaxaca”, *Comercio y Desarrollo*, núm. 10, pp. 35-45.
- \_\_\_\_\_ (1969), “Estudio estructural del sistema de plazas en el valle de Oaxaca”, *América Indígena*, núm. 29, pp. 1077-1099.
- DISKIN, Martin y Scott COOK (1979), “Análisis e historia en la economía de mercado campesino del Valle de Oaxaca”, *Comercio y Desarrollo*, núm. 6, pp. 24-38.
- \_\_\_\_\_ (1975), *Mercados de Oaxaca*, México, INI.
- Enciclopedia de los Municipios de México* (2009), en línea [[http://www.e-local.gob.mx/wb/ELOCAL/ELOC\\_Enciclopedia](http://www.e-local.gob.mx/wb/ELOCAL/ELOC_Enciclopedia)].
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (1996), *Anuario Estadístico del Estado de Puebla*, México, INEGI.
- Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (2008), “Catálogo de las Lenguas Indígenas Nacionales: variantes lingüísticas

- ticas de México con sus autodenominaciones y referencias geoestadísticas”, *Diario Oficial*, 14 de enero 2008, pp. 31-112.
- LEÓN PORTILLA, Miguel (1983), *De Teotihuacán a los aztecas: antología de fuentes e interpretaciones históricas*, México, UNAM.
- LIRA, Rafael *et al.* (2009), “Traditional Knowledge and Useful Plants Richness in the Tehuacán-Cuicatlán Valley, México”, *Economic Botany*, vol. 63, núm.3, pp. 271-287.
- MACNEISH, Richard Stockton (1967), “A Summary of the Subsistence”, en Douglas Byers (ed.), *The Prehistory of the Tehuacán Valley, vol. I: Environment and Subsistence*, Austin, University of Texas Press, pp. 178-200.
- \_\_\_\_\_ (1992), *The Origins of Agriculture and Settled Life*, Norman/Londres, University of Oklahoma Press.
- MALINOWSKI, Bronislaw y Julio DE LA FUENTE (1957), *La economía de un sistema de mercados en México: un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*, México, ENAH.
- MARROQUÍN, Alejandro (1957), *Tlaxiaco, la ciudad mercado*, México, Imprenta Universitaria.
- MÉNDEZ LARIOS, Isidro, Enrique ORTIZ y José Luis VILLASEÑOR (2004), “Las Magnoliophyta endémicas de la porción xerofítica de la provincia florística del Valle de Tehuacán-Cuicatlán, México”, *Anales del Instituto de Biología, Serie Botánica*, vol. LXXXV, núm. 1, pp. 87-104.
- MINTZ, Sydney (1982), “Sistemas de mercado interno como mecanismos de articulación social”, *Nueva Antropología*, vol. VI, núm. 19, pp. 11-28.
- NAHMAD, Salomón y Tania CARRASCO (coords.) (2008), “Perfiles indígenas de México, Perfil Nacional”, México, CIESAS, en línea [<http://www.ciesaspacifico-sur.edu.mx/Indigenas.php>].
- PARÉ, Luisa (1975), “Tianguis y economía capitalista”, *Nueva Antropología*, vol. I, núm. 2, pp. 85-93.
- SAHAGÚN, fray Bernardino de (1982), *Historia General de las cosas de la Nueva España*, México, Porrúa.
- SMITH, C. Earle (1967), “Plant Remains”, en Douglas S. BYERS (ed.), *The Prehistory of the Tehuacán Valley, vol. I: Environment and Subsistence*, Austin, University of Texas Press, pp. 220-255.
- SMITH, Carol A. (1982), “El estudio económico de los sistemas de mercado: modelos de la geografía económica”, *Nueva Antropología*, vol. VI, núm. 19, pp. 29-80.
- SOLARI, Renée y Alejandro CASAS (2009), “Plantas medicinales comercializadas en el Valle de Tehuacán-Cuicatlán”, Informe interno del Laboratorio de Ecología y Evolución de Recursos, México, Centro de Investigaciones en Ecosistemas-UNAM/Università Statale degli Studi di Milano.
- VALIENTE-BANUET, Alfonso *et al.* (2000), “La vegetación del Valle de Tehuacán-Cuicatlán”, *Boletín de la Sociedad Botánica de México*, núm. 67, pp. 24-74.
- VALIENTE-BANUET, Alfonso *et al.* (2006), “Diversidad biológica y desarrollo sustentable en la reserva de la biosfera Tehuacán-Cuicatlán”, en Ken OYAMA y Alicia CASTILLO (eds.), *Manejo, conservación y restauración de recursos naturales en México, perspectivas desde la investigación científica*, México, Siglo XXI, pp. 248-277.

- VALIENTE-BANUET, Alfonso *et al.* (2009), *Guía de la vegetación del Valle de Tehuacán-Cuicatlán*, México, UNAM/Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad/INAH/ Universidad Autónoma de Tamaulipas, Fundación para la Reserva de la Biosfera Cuicatlán A.C.
- VEERKAMP, Verónica (1982), "Bibliografía sobre mercados, con especial referencia a la comercialización de productos agrícolas", *Nueva Antropología*, vol. VI, núm. 19, pp. 11-28.