



Comercio tradicional y prácticas sociales en Santa María Xixitla, Puebla

Solis López, M. K. y Méndez Espinoza, J. A. (2026). Comercio tradicional y prácticas sociales en Santa María Xixitla, Puebla. [*Postprint*]. CIENCIA *ergo-sum*, 33.
<https://doi.org/10.30878/ces.v33n0a68>

Sección: Ciencias Sociales

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.



Esta versión del artículo es una “versión final del autor” que fue aceptada por un proceso de **evaluación por pares ciegos**. Este documento diferirá en formato respecto a la “versión del editor”, la cual se someterá a un proceso de corrección de estilo y de diseño editorial. De ninguna forma se modificará el contenido. Todas las ideas que se presentan son responsabilidad del autor.

Comercio tradicional y prácticas sociales en Santa María Xixitla, Puebla Traditional trade and social practices in Santa María Xixitla, Puebla

Mayra Karina Solis López, Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación
/Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A.C.,
México¹

Correo electrónico: mksl3hs@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4152-7859>

José Arturo Méndez Espinoza, Colegio de Postgraduados, México

Correo electrónico: jamendez@colpos.mx

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9733-4175>

Recepción: 30 de abril de 2025

Aprobación: 15 de diciembre de 2025

RESUMEN

Se analizan las prácticas de las familias comerciantes del tianguis en Cholula, Puebla, y la manera en que se organizan para sostener las actividades comerciales tradicionales. El estudio se basa en encuestas y entrevistas a informantes clave, a partir de las cuales se describen la conformación del tianguis, las características sociodemográficas de los comerciantes y el papel activo de la mujer en las actividades mercantiles. Se observa que los productos provienen de las parcelas, traspatios y redes comunitarias de abastecimiento, además, se destacan formas de organización colectiva y pertenencia grupal. Asimismo, se subraya la importancia del trueque y de la participación en actividades religiosas y culturales, concluyendo que estas prácticas en conjunto permiten la continuidad del comercio tradicional.

PALABRAS CLAVE: comercio, mercado, reciprocidad, familia.

ABSTRACT

The practices of merchant families in the tianguis of Cholula, Puebla, are analyzed, focusing on how they organize to sustain traditional commercial activities. The study is based on surveys and interviews with key informants, through which the structure of the tianguis, the sociodemographic characteristics of the merchants, and the active role of women in mercantile activities are described. It is observed that the products come from family plots, backyards, and community supply networks; moreover, forms of collective organization and group belonging are highlighted. Likewise, the importance of barter and participation in religious and cultural activities is emphasized, concluding that these practices, taken together, enable the continuity of traditional commerce.

KEYWORDS: trade, market, reciprocity, family.

INTRODUCCIÓN

El establecimiento de un régimen alimentario agroindustrial, corporativo y excluyente, que

¹ Autor para correspondencia.

domina cada etapa de la cadena productiva, incrementa la vulnerabilidad y exclusión de las familias campesinas (Álvarez et al., 2023). Estas familias enfrentan desafíos relacionados con el mercadeo y la falta de acceso a canales de comercialización adecuados (Alcazar-Sánchez & Gómez-Martínez, 2022; Hernández, 2022). No obstante, en gran parte de Latinoamérica, el comercio de alimentos continúa profundamente arraigado en los mercados y tianguis, manteniéndose como una opción para la comercialización directa de la producción campesina y promoviendo constantemente el contacto entre productores y consumidores (Ramírez, 2023). Además de acortar la cadena de suministro de alimentos, los mercados proporcionan a la comunidad alimentos y productos frescos (Bojórquez et al., 2023). México es ampliamente reconocido por la diversidad y riqueza de sus mercados, que permiten descubrir aspectos y características propias de un territorio. Son espacios que junto con las pequeñas tiendas de barrio y los tianguis² o mercados sobre ruedas se insertan dentro de la categoría del comercio tradicional (Ayala & Castillo, 2014).

En el marco de esta investigación, se entiende por comercio tradicional aquel que se despliega en mercados y tianguis, sostenido por prácticas como el intercambio directo, la confianza entre actores y la participación familiar. Estas formas responden a dinámicas culturales y territoriales que difieren del comercio moderno, el cual se vincula a cadenas de distribución estandarizadas, establecimientos de autoservicio como supermercados o tiendas de conveniencia, y relaciones comerciales carentes de cercanía social (Bohorquez-López et al., 2022).

En este contexto, resulta pertinente distinguir las particularidades de los mercados en contraste con otras formas de comercio tradicional. Aunque el término mercado a menudo es utilizado también para referirse a los tianguis, los mercados son espacios que generalmente cuentan con infraestructura física en donde al interior se gesta una serie de procesos y dinámicas que giran en torno al comercio. En ellos se congrega un grupo de comerciantes que cumplen una serie de normas formales y no formales que aseguran el funcionamiento del lugar. Entre estas normas se incluyen acuerdos sobre los horarios de operación, la limpieza y mantenimiento del espacio asignado a cada comerciante, así como cuestiones relacionadas

² El tianguis es definido como un conjunto de puestos móviles que se instalan en un lote, calle o estacionamiento para el comercio de diversos productos, por lo general se instala una o dos veces por semana, aunque también puede instalarse de manera temporal o permanente (INEGI, 2024).

con la venta de productos, el respeto al espacio común y la resolución interna de conflictos. Se encuentran ampliamente distribuidos en el territorio mexicano, aunque hay entidades federativas que concentran una mayor cantidad de estos, como el estado de México (625), la Ciudad de México (415) y Oaxaca (316)³ (Instituto Nacional de estadística y Geografía [INEGI], 2023).

Los mercados pueden ser de iniciativa pública (municipales) o privada. Estos últimos han sido poco estudiados, sin embargo, representan espacios fundamentales para el abasto de alimentos sobre todo en las zonas urbanas. El estudio de Rosales et al. (2023), centrado en los mercados en la Ciudad de México, destaca que estos espacios son parte fundamental del tejido urbano y económico de la ciudad, y conforman una infraestructura clave para el suministro de productos básicos. Los mercados en general muestran una gran diversidad tanto de productos ofertados como de comerciantes y compradores relacionada con factores como la ubicación geográfica, es decir, la cercanía a zonas urbanas o a áreas productoras de alimentos, o también de tipo económico, como el poder adquisitivo de las zonas habitacionales dónde se ubican. Existen mercados en los que predomina la presencia campesina, aquellos que se conforman exclusivamente por comerciantes revendedores, y algunos donde ambos tipos se entremezclan (Catrip et al., 2020; Hernández, 2023). También hay algunos en donde todavía se llevan a cabo prácticas como el trueque, que consiste en el intercambio de un producto o servicio por otro; el regateo, en donde comprador y comerciante llegan a un acuerdo con respecto al precio de un producto o servicio y; el pilón, que corresponde a una cantidad extra de mercancía que el comerciante regala a su cliente en agradecimiento por su compra (Licona, 2014; Solis et al., 2022).

A pesar de su vigencia cultural, los mercados y tianguis tradicionales enfrentan hoy en día una serie de presiones estructurales que amenazan sus funciones sociales, económicas y territoriales. Como señala Gasca (2015), el espacio comercial urbano ha sido reconfigurado por la expansión acelerada de supermercados y tiendas de conveniencia, el debilitamiento de la intervención estatal, el deterioro físico de los mercados tradicionales y los cambios en los hábitos de consumo. Esta transformación ha provocado el desplazamiento progresivo del

³El INEGI proporciona información sobre los mercados a cargo de los ayuntamientos municipales, no contempla mercados de iniciativa privada.

comercio tradicional en diversas ciudades del país. A ello se suma la crisis que atraviesa el campo mexicano, marcada por la ausencia de relevo generacional (Martínez & Salazar, 2022), lo que compromete la continuidad de la producción agrícola y, en consecuencia, el funcionamiento de los canales tradicionales de abasto.

El comercio tradicional incorpora prácticas que configuran y, al mismo tiempo, son configuradas por significados sociales y el contexto material (Reckwitz, 2002; Shove et al., 2012). En este sentido, de acuerdo con la noción de *habitus* de Bordieu (1977) las disposiciones formadas en los espacios familiares y comunitarios orientan las estrategias mercantiles y la reproducción de saberes. Desde una dimensión política y simbólica de los mercados y tianguis, el concepto de producción del espacio planteado por Lefebvre (1991), permite divisar estos espacios como sitios de sociabilidad y conflicto, donde de acuerdo con Zelizer (2011), los intercambios económicos están insertos en relaciones de afecto y reciprocidad.

Para el presente estudio las prácticas cotidianas que permiten la continuidad del comercio tradicional se definen como el conjunto de acciones que las familias comerciantes despliegan dentro y fuera del mercado para sostener dicha actividad. Estas prácticas se entrelazan con la agricultura, la organización comunitaria y las tradiciones culturales. Algunas de ellas reconfiguran temporalmente la dinámica comercial, permitiendo su continuidad incluso en contextos de movilidad o festividad. Se vinculan no solo a la venta directa de productos, sino también a prácticas de intercambio, organización y cooperación. Para Murcia y colaboradores (2016) estas prácticas están inmersas en la dimensión simbólica, por lo que no siguen una lógica unidireccional, sino que su configuración está dada por la multiplicidad de relaciones, que se materializan en los mercados mexicanos.

Dicha dinámica se manifiesta particularmente en el estado de Puebla, cuarto a nivel nacional en número de mercados municipales, con un total de 183 (INEGI, 2023). El presente estudio se enfoca en el municipio de San Pedro Cholula, el tercero a nivel estatal con mayor número de mercados después de los municipios de Teziutlán y Puebla. Cuenta con cuatro mercados, de los cuales destaca el que tiene lugar en el barrio tradicional de Santa María Xixitla (SMX), por su reciente creación, su tamaño y su ubicación sobre la carretera conocida popularmente

como Paso de Cortés⁴. Otra de sus particularidades es que mantiene características propias de un tianguis como la periodicidad con la que se presenta (bisemanal) y también de un mercado común, como la infraestructura física en donde tiene lugar, no obstante, su nombre oficial es Tianguis de Santa María Xixitla (TSMX). Catrip-Pintor et al. (2020), encontraron que el tianguis corresponde a un espacio en donde coexisten diversos tipos de productores que venden directamente su producción y en donde convergen dinámicas urbanas y rurales, destacándose como un nodo importante para la agricultura periurbana y la seguridad alimentaria local. La región también se compone por varios municipios del estado de Puebla que se distinguen por su fuerte carácter agrícola tales como San Nicolás de los Ranchos, Santiago Xalixintla, San Jerónimo Tecuanipan y San Andrés Calpan.

El crecimiento acelerado de la zona urbana, sumado a los procesos de turistificación y gentrificación (Hernández, 2023), ha ido desplazando el comercio tradicional en Cholula. En respuesta, las familias comerciantes despliegan estrategias y prácticas que les permiten asegurar su permanencia en estos espacios, fundamentales para la comercialización de productos agrícolas.

A pesar de la relevancia cultural, económica y social de los mercados tradicionales en Puebla, persiste un vacío en la comprensión de las prácticas cotidianas que permiten la continuidad del comercio tradicional. Estas prácticas son sostenidas y adaptadas por las familias comerciantes dentro y fuera del mercado. Paralelamente, estos espacios enfrentan desafíos como la gentrificación, la expansión de supermercados (Denham, 2021), el deterioro de la infraestructura -documentado por Giglia (2018) en su estudio sobre mercados públicos de la Ciudad de México- y envejecimiento generacional.

En este contexto, el estudio busca responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las prácticas cotidianas de las familias comerciantes del TSMX y cómo se estructuran para asegurar la continuidad del comercio tradicional en un entorno urbano en transformación?

Con base en lo anterior, la presente investigación tiene como objetivo analizar dichas prácticas con el fin de identificar y comprender las lógicas de acción que garantizan la

⁴Se le conoce de esa manera por ser la ruta histórica que los españoles, bajo el mando de Hernán Cortes utilizaron para acceder por primera vez a la antigua ciudad de Tenochtitlán (Coronado, s.f.)

permanencia y el despliegue de las actividades comerciales tradicionales.

1. METODOLOGÍA

La presente investigación se sustenta en la estrategia metodológica del estudio de caso, que responde a la necesidad de comprender en profundidad las dinámicas particulares del TSMX como espacio de comercio tradicional en un contexto urbano en transformación. Esta estrategia metodológica permite no solo recuperar las voces, experiencias y significados que las familias comerciantes atribuyen a sus prácticas, sino también identificar patrones, tendencias y dimensiones estructurales del fenómeno mediante herramientas de sistematización descriptiva. Este enfoque favorece así una comprensión integral del objeto de estudio, al articular información obtenida por medio de técnicas cualitativas con recursos cuantitativos ilustrativos (Acosta, 2023; Canta & Quesada, 2021).

Se realizaron visitas y recorridos al TSMX y se identificaron a comerciantes de productos agrícolas y alimentos. Se aplicó un cuestionario a 38 comerciantes del TSMX, y se desarrollaron entrevistas a profundidad a distintas familias comerciantes (5), así como dos entrevistas semiestructuradas a informantes clave.

Los comerciantes encuestados fueron seleccionados mediante un muestreo por conveniencia, aplicando como criterio principal de inclusión la venta de productos y subproductos agrícolas (frutas, hortalizas, plantas medicinales, granos y semillas, conservas, entre otros), alimentos elaborados de manera tradicional (tortillas, productos lácteos, licores de frutas y antojitos) y artesanías (vasijas de barro, sopladores, molcajetes, escobas, entre otros). Este tipo de muestreo resulta adecuado, ya que permite seleccionar participantes con disponibilidad para colaborar en los distintos niveles del estudio, además la naturaleza heterogénea del mercado propicia la participación tanto de comerciantes fijos como itinerantes que no acuden de manera constante, pero que sin embargo forman parte activa de la dinámica comercial del mercado. La encuesta se levantó durante el tercer cuatrimestre del 2019 e incluyó a 38 comerciantes de un total aproximado de 667 (Catrip-Pintor, 2019). A cinco de ellos se les realizaron también entrevistas a profundidad, las cuales se llevaron a cabo en sus comunidades de origen entre enero y marzo de 2020.

El análisis de frecuencias permitió la caracterización de la población de comerciantes

encuestados y de algunas de las prácticas que llevan a cabo asociadas a la venta de productos. Así mismo, mediante el análisis de contenido se lograron identificar las prácticas sociales que llevan a cabo las familias comerciantes, considerando como ejes temáticos antecedentes del TSMX, prácticas agrícolas y comerciales, participación en organizaciones del comercio y tradiciones locales. El procesamiento de datos se efectuó con el paquete estadístico InfoStat versión 2019.

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

2.1. El TSMX

En San Pedro Cholula el comercio ha sido una actividad primordial desde la época prehispánica (Escalante, 2008). Sus calles, plazas y jardines han servido -y sirven- como escenario donde tienen lugar los mercados y tianguis, sitios que albergan prácticas ancestrales como el trueque.

El TSMX a diferencia de los otros mercados con los que cuenta el municipio, opera exclusivamente los días de plaza⁵, que en Cholula tradicionalmente se celebran miércoles y domingo. Respecto a los espacios, estos fueron adquiridos por comerciantes de antaño, quienes en ciertos casos han decidido arrendarlos a otros familiares. Los espacios que aún no se han vendido, son asignados provisionalmente a comerciantes con la condición del pago de una cuota por día de venta.

2.2. Los y las comerciantes del tianguis de TSMX

En el TSMX, el comercio es una actividad altamente feminizada ya que alrededor del 80% de comerciantes encuestados corresponde a mujeres cuya edad promedio es de 48 años, destacando el papel que juegan tanto en estos espacios, como a nivel familiar y en el abasto de alimentos (Hernández et al., 2022; Cárdenas et al., 2021). La escolaridad media fue de 6 años. Alrededor del 14% afirmó hablar alguna lengua indígena. Se encontró también que en el 55% de los hogares de las comerciantes, habita al menos una persona mayor de 60 años y en el 50% un joven de entre 12 y 29 años, lo que evidencia la importancia de la coresidencia

⁵ En los mercados cholultecas, el día de plaza se celebra el miércoles y domingo, durante estos días acuden a los mercados una mayor cantidad de comerciantes provenientes de las localidades aledañas a ofertar sus productos.

(Hernández y Pérez-Méndez, 2023), sobre todo en países como México en donde es común la convivencia de tres o más generaciones bajo un mismo techo, facilitando el flujo de recursos materiales, el cuidado doméstico y de la salud.

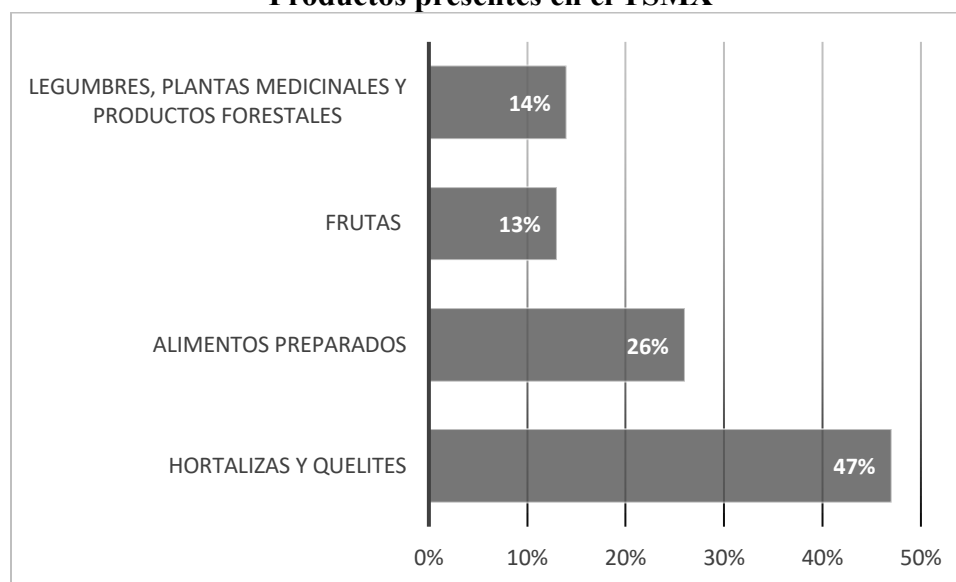
Los resultados muestran una concentración de la actividad mercantil en generaciones maduras, lo cual, en términos demográficos, sugiere la falta de incorporación de personas jóvenes a esta actividad. Si bien en los hogares se observa convivencia entre generaciones, los testimonios señalan que los jóvenes asumen otras responsabilidades o bien han migrado a otras entidades federativas en busca de empleo, lo que limita su participación en el comercio.

La mayoría de las y los comerciantes son originarias del municipio de San Pedro Cholula (29%), aunque también hay quienes provienen de municipios vecinos pertenecientes al estado de Puebla, como San Nicolas de los Ranchos, San Andrés Calpan, San Andrés Cholula, Huaquechula, Huejotzingo, San Buenaventura Nealtican, San Juan Tianguismanalco, Tlapanalá y San Martín Texmelucan. La actividad agrícola en esta región se ha mantenido relevante pese a los procesos de urbanización por los que atraviesa la entidad poblana, en especial en el municipio de San Pedro Cholula (Hernández, 2023).

2.3. Comercio y agricultura

Una práctica común que fortalece la continuidad del comercio tradicional en el TSMX es la venta de productos provenientes de parcelas y traspatios familiares, así como aquellos adquiridos mediante redes locales de abastecimiento. Esta estrategia les permite a las y los comerciantes ampliar su oferta de productos y al mismo tiempo involucra mantener una red segura de proveedores que ofrezcan calidad y un precio razonable asegurándoles un margen de ganancia. En cada puesto se encuentra un promedio de siete diferentes productos entre ellos frutas como limón, chirimoya y aguacate; hortalizas y quelites como jitomate, nopal y cilantro; legumbres como frijol y haba; plantas aromáticas como laurel y tomillo; alimentos preparados de forma artesanal como frutas en almíbar, tortillas, atole y pinole (Gráfica 1).

Gráfica 1
Productos presentes en el TSMX



Fuente: elaboración propia

Al interior del mercado se logra observar que el orden y distribución de los puestos cumple diversas funciones. La primera tiene que ver con la finalidad de fortalecer la visibilidad en el mercado (Barrales, 2023), reflejada en la existencia de dos o más puestos pertenecientes a una misma familia distribuidos estratégicamente dentro del tianguis. Al mismo tiempo, la cercanía entre puestos también responde a la necesidad de requerir apoyo para su atención cuando se tiene que cumplir con alguna otra tarea -a menudo relacionada con el cuidado de la familia- que involucre la salida momentánea del tianguis. En esta misma línea, se hace necesario mencionar que 61% de las y los comerciantes, acuden a vender sus productos en compañía de algún familiar, ya sea el cónyuge, hijos, padres o abuelos, lo que facilita el transporte de la mercancía, su acomodo y la atención de los clientes.

Estas dinámicas familiares y organizativas refuerzan la permanencia de los puestos, aseguran la operación diaria y consolidan redes de colaboración que sostienen el comercio.

2.4. Trayectorias de organización para el comercio en el TSMX

El TSMX se inaugura en 2016 con el propósito de reubicar a comerciantes que previamente operaban en terrenos de carácter rústico del municipio de San Pedro Cholula, esto como resultado de la remoción del tianguis en 2011, que durante varios años se celebraba dos veces por semana a en las calles circundantes al mercado Cosme del Razo. En dicho tianguis las y

los comerciantes estaban organizados pudiéndose distinguir varias agrupaciones, dos de ellas, tras llevar a cabo un proceso de diálogo con las autoridades, llegaron al acuerdo de su reinstalación en el sitio que hoy conforma el mercado de Santiago Mixquitla. La tercera, manifestó inconformidad por la nueva ubicación y optó por establecerse sin regularización, en un lote perteneciente al barrio de SMX. Con el paso del tiempo la agrupación se fracturó, formándose dos dirigencias y ocasionando el surgimiento de un nuevo tianguis en un predio contiguo. Hoy en día estos dos tianguis ya no existen como tal, pues sus comerciantes pasaron a conformar el actual TSMX.

De acuerdo con el testimonio de una de las comerciantes con quien se tuvo acercamiento, el pertenecer a un grupo y posteriormente a una organización formal fue determinante para obtener un lugar en el tianguis, ya que esto les permitió continuar con la venta de sus productos, antes y después de la conformación del TSMX. Otro de los beneficios fue la posibilidad de adquirir el puesto con facilidades de pago. En otras entidades federativas como la Ciudad de México las leyes que regulan el comercio en vía pública (Congreso de la Ciudad de México, 2025), establecen que los comerciantes deben estar registrados en padrones oficiales, y que las asociaciones formalizadas pueden representar sus intereses ante las alcaldías.

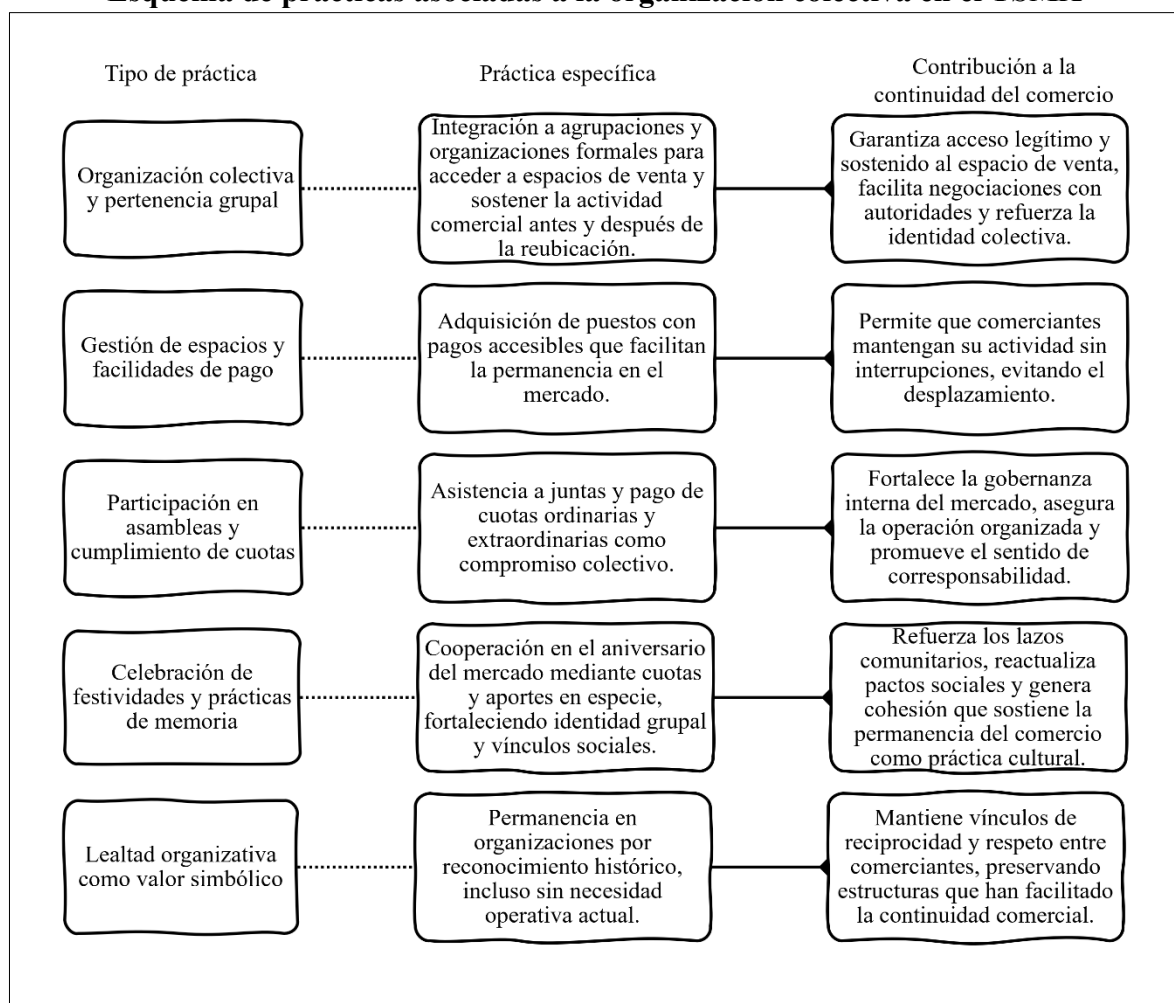
Así mismo, entre los compromisos que asumen los comerciantes con la organización, está el de cubrir las cuotas de venta y las extraordinarias, así como la asistencia a juntas y asambleas. Los comerciantes también contribuyen en la celebración del aniversario del mercado a través de cuotas y cooperaciones en especie, ya que esta actividad corre a cargo de las agrupaciones de comerciantes. Las festividades refuerzan la identidad del grupo y contribuyen al fortalecimiento y la continuidad de las relaciones sociales, corresponden a prácticas de memoria y a espacios donde existe la posibilidad de renovar pactos sociales (Carreras y Pey, 2023).

En otro de los testimonios, se reconoce que la permanencia en las organizaciones y el respectivo aporte de cuotas, se mantiene por cuestiones de lealtad, pues reconocen que al ser propietarios de un lugar en el TSMX ya no es tan necesario formar parte de alguna de ellas.

El siguiente esquema (Figura 1) reúne las prácticas cotidianas vinculadas directamente con

la organización colectiva de las y los comerciantes del TSMX. Cada práctica se relaciona con formas específicas de participación, gestión y pertenencia que permiten mantener el acceso a espacios de venta, fortalecer vínculos sociales y preservar estructuras colectivas que han facilitado la permanencia de la actividad.

Figura 1.
Esquema de prácticas asociadas a la organización colectiva en el TSMX



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, los costos que representa el ser parte de una organización, no siempre pueden ser cubiertos por los comerciantes, incluso pueden ocasionar la desertión y como consecuencia generar dificultades para comercializar sus productos en el tianguis. El testimonio de otra de las comerciantes deja entrever que durante las negociaciones para la reubicación de los tianguistas al actual TSMX, las asambleas convocadas por lo líderes representaban gastos asociados con el transporte y la alimentación, lo que la condujo a ella y

a su esposo a abandonar la organización. Actualmente no cuentan con un espacio fijo en el tianguis, pues los días que asisten se les asigna uno distinto, a veces en los pasillos menos frecuentados por lo clientes.

2.5. El intercambio de bienes y servicios dentro y fuera del TSMX

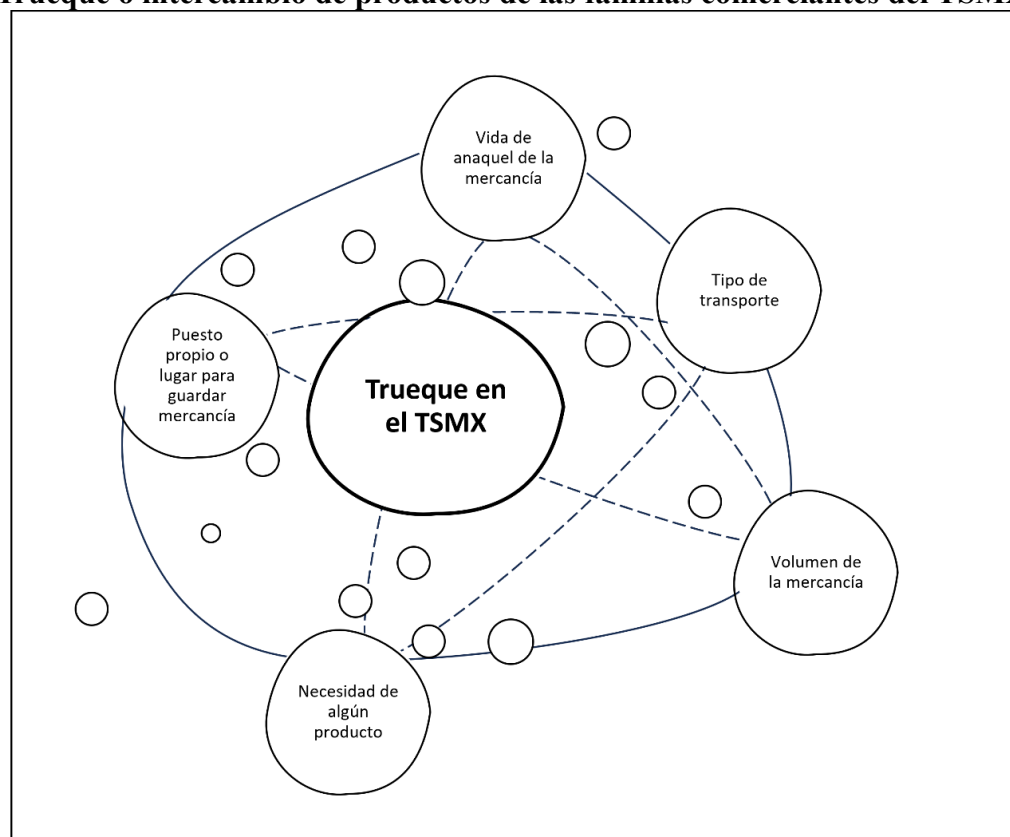
Además de los intercambios comerciales convencionales que se dan al interior del TSMX, 79% de las y los comerciantes llevan a cabo la práctica ancestral del trueque⁶. Los productos presentes en este tipo de transacciones son las hortalizas, frutas, queso, bolillos, carne, cazuelas de barro, entre otros. En las comunidades donde habitan, se da comúnmente a través del intercambio de semillas o ganado y es una práctica común asociada a la reproducción social de la familia (Colin y Rojas, 2020). Los testimonios recabados dan cuenta del proceso de negociación que involucra el trueque de algún bien o servicio, destacando su flexibilidad y dejando en claro que a veces puede realizarse en forma fraccionada, cubriendo una parte en dinero y otra en especie. Esta flexibilidad coincide con lo documentado por Martínez (2019), quien señala que el trueque se adapta a las necesidades y posibilidades de los actores, reforzando redes de apoyo mutuo. Asimismo, subraya que esta práctica se sostiene en vínculos de confianza, reciprocidad y adaptabilidad, lo que sugiere que en el TSMX el intercambio responde a lógicas sociales que trascienden lo económico.

Llevar a cabo el trueque o intercambio de productos en el TSMX, depende de varios factores: *a)* el volumen de mercancía no vendida; *b)* el tipo de producto expendido por las y los comerciantes, ya que si este es perecedero tiende a ser intercambiado por otro con mayor vida de anaquel o cuyo uso vaya a ser inmediato; *c)* el tipo de transporte en el que regresen a su comunidades de origen, esto determina no solo la posibilidad de cambio, sino también la cantidad, puesto que si el retorno se hace en transporte público, las y los comerciantes que no pueden dejar su mercancía en el tianguis se ven en la necesidad de cambiarla por bienes de menor volumen o en todo caso, regalarla. Todas y cada una de estas prácticas están estrechamente conectadas y determinan o no la posibilidad de efectuar el trueque. En la figura 2 se presentan los elementos que determinan el trueque y su articulación, adaptándose a las diversas condiciones logísticas y comunitarias, además refuerza la idea de flexibilidad y

⁶ Sistema de intercambio en donde se cambia de manera directa una producto o servicio por otro.

reciprocidad como eje central del intercambio.

Figura 2.
Trueque o intercambio de productos de las familias comerciantes del TSMX



Fuente: Elaboración propia

Si bien no se desarrollan dentro del espacio físico del TSMX, existen prácticas comunitarias que resultan fundamentales para el funcionamiento del comercio tradicional. Un ejemplo de ello es el intercambio de fuerza de trabajo que prevalece en las comunidades donde habitan las y los comerciantes, empleada tanto en labores agrícolas como en fiestas o ceremonias de carácter religioso (bodas, bautizos, primeras comuniones, funerales, entre otras). En ambos tipos de intercambio, el tiempo en el que la mano de obra debe ser devuelta es indefinido y responde a las necesidades de cada familia, son prácticas flexibles y no formales que optimizan los costos financieros y permiten la acumulación de recursos adicionales (Good, 2024). Este tipo de reciprocidad difiere de las lógicas mercantiles convencionales, y demuestra como las economías familiares rurales se estructuran mediante arreglos comunitarios basados en confianza y colaboración. Estas prácticas permiten llevar a cabo en tiempo y forma las labores agrícolas y junto con los excedentes de la producción obtenidos,

se convierten en insumos importantísimos para el despliegue de la actividad del comercio en el tianguis.

2.6. Tradiciones locales y regionales

El comercio en el TSMX se conjuga con otras actividades tradicionales y de carácter religioso, como las peregrinaciones a distintos santuarios y el ritual que año con año se lleva a cabo en honor al volcán Popocatepetl, monumento natural representativo de la región estudiada. Los testimonios recabados dan cuenta de la cotidianeidad de estas prácticas y de cómo la familia se organiza para participar, incluso si coinciden con los días de plaza del TSMX. Los jóvenes, en particular, suelen asumir la responsabilidad de realizar las peregrinaciones a santuarios como el de Chalma en el estado de México, lo que reduce su participación en las actividades del comercio durante esos días. Este tema ha sido abordado por González (2017), quien destaca la participación juvenil y en especial de las mujeres, en las peregrinaciones realizadas a diversos santuarios.

Se identificó que estas prácticas cotidianas permiten la continuidad del comercio tradicional, al reconfigurarlo temporalmente sin interrumpir su ejercicio, pues, aunque los jóvenes se ausentan durante esos días, la organización familiar permite que el puesto se mantenga activo.

La participación de las familias en estas actividades representa una expresión concreta de las prácticas sociales porque materializan los vínculos sociales, simbólicos y territoriales que estructuran y sostienen el comercio en el TSMX.

Dichas prácticas a las que se ha hecho alusión revelan la flexibilidad con la que se reorganizan las responsabilidades comerciales, fortalecen el sentido de pertenencia y permiten comprender como el comercio se sostiene en contextos de transformación urbana.

PROSPECTIVA

Los cambios en las dinámicas agrícolas derivadas del envejecimiento del sector campesino y la falta de un relevo generacional ponen en riesgo no solo la actividad agrícola sino también la comercialización de sus productos a través de las formas del comercio tradicional.

Considerando los posibles escenarios futuros, el envejecimiento de la población comerciante en el TSMX representa un riesgo evidente para la continuidad de este espacio como mercado

tradicional, ya que la falta de relevo generacional podría comprometer su permanencia en las próximas décadas. La participación de las mujeres, que actualmente desempeñan un papel central en la organización y operación del mercado, se configura como una dimensión clave para fortalecer este tipo de comercio. No obstante, para que el TSMX se fortalezca y continúe como un eje viable de reproducción sociocultural y económica para las futuras generaciones, es urgente su reconocimiento como parte fundamental del sistema local de abasto.

Así mismo, los cambios en los patrones de compra y consumo que parecen estar acaparados por formatos como los supermercados y tiendas de conveniencia hacen emerger el cuestionamiento sobre la vigencia y el desplazamiento de las formas de comercio tradicionales.

El surgimiento de nuevos sectores, como el de los prosumidores, puede constituirse como un aliado para los mercados tradicionales, al convertirse en puentes entre productores y consumidores, fortaleciendo la producción agropecuaria, la optimización de recursos locales, la comercialización y consumo de alimentos disponibles en estos sitios. Otro elemento que puede ser de gran ayuda para estos espacios son las políticas públicas dirigidas al rescate de estos sitios. Esta propuesta se plantea como una línea prospectiva derivada de la observación de contextos similares y del reconocimiento de las condiciones físicas precarias y la limitada regulación en materia de protección civil en varios de estos sitios (Solís y Flores, 2014). Esta recomendación no surge de hallazgos empíricos del estudio ni corresponde a los objetivos originalmente planteados, sino que se incorpora como una consideración estratégica basada en un contexto general. En la misma línea, se propone impulsar medidas que incentiven la compra y el consumo en estos espacios, reconociendo su valor para la soberanía alimentaria.

Ante las adversidades, los mercados siguen existiendo y en algunas regiones del país, mantienen una relevancia especial que no ha podido ser suplantada por las nuevas formas de abasto. Son las prácticas que se despliegan en su interior lo que ha permitido su permanencia en una economía cada vez más globalizada.

CONCLUSIONES

Las prácticas comerciales y organizativas, de intercambio y reciprocidad, las vinculadas a las dinámicas familiares y de coresidencia, así como aquellas asociadas a las tradiciones

culturales y religiosas, se estructuran de manera que permiten la continuidad del comercio tradicional en el TSMX, sosteniéndose en vínculos sociales y económicos que responden a condiciones locales específicas. Este despliegue se sostiene mediante relaciones sociales - como la organización colectiva, la participación familiar, las redes de intercambio y los vínculos culturales y religiosos- y económicas -como la comercialización directa, las estrategias de distribución de puestos, el acceso diferenciado a espacios de venta y el intercambio de fuerza de trabajo-, todas ellas arraigadas en las formas de vida y organización propias del territorio. En este contexto existe una fuerte conexión entre la agricultura y el comercio en esta región, dada por la complementariedad entre la producción local y su circulación directa en los mercados. Cada una de ellas fortalece la dinámica comercial y familiar que gira en torno al tianguis. El comercio es predominantemente una actividad desempeñada por mujeres, reafirmando su importancia en el ámbito económico como en el familiar y en el abasto de alimentos. Las prácticas que despliegan asociadas al comercio y la agricultura permiten ampliar y diversificar la oferta de productos en el tianguis.

Por otro lado, la reubicación y organización de los y las comerciantes ha sido un proceso complejo que ha traído consigo tanto beneficios como desafíos impactando en la estabilidad de los comerciantes del tianguis. No obstante, aún se mantienen procesos de intercambio y trueque, que refuerzan su utilidad y adaptabilidad en la dinámica comercial y social de los y las comerciantes.

El comercio no solo se centra en actividades económicas, sino que se entrelaza con la dimensión cultural- religiosa, evidenciando la importancia de mantener vivas las tradiciones de la comunidad, mientras se equilibran las responsabilidades comerciales.

Mas allá de su función económica, el TSMX refleja una forma de organización social que se adapta, resiste y se transforma desde lo cotidiano, reafirmando su papel como eje articulador de la vida local.

AGRADECIMIENTOS

Se agradecen las observaciones y sugerencias de los revisores, ya que contribuyeron a mejorar la calidad y estructura del artículo. A la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación por la beca de doctorado otorgada.

REFERENCIAS

- Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82–95. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Alcazar-Sánchez, Jesús Geovani, & Gómez-Martínez, Emanuel. (2022). Diversidad agroalimentaria: estrategias de reproducción campesina en economías de autosubsistencia en Los Altos de Chiapas, México. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 32(59). <https://doi.org/10.24836/es.v32i59.1184>
- Álvarez, A., Racho, M., & Aguilar, F. (2023). Canales de distribución de productos agroalimentarios populares, regionales y campesinos de las regiones Milpera y Biocultural del Puuc del estado de Yucatán. En Flores, A., Bojórquez, A., Medina, M. & Aguilar, F. (coord.). *Mercados agroalimentarios en Yucatán*. (pp. 54-76). Comunicación Científica. <https://comunicacion-cientifica.com/wp-content/uploads/2023/06/103.-PDF-Mercados-agroalimentarios-en-Yucatan.pdf>
- Ayala Ramírez, S., & Castillo Girón, V. M. (2014). La distribución de alimentos y bebidas en México: una perspectiva desde el comercio tradicional. *Espacio Abierto*, 23(4), 661-681. <https://www.redalyc.org/pdf/122/12232821006.pdf>
- Barrales, M. (2023). La familia de comerciantes como forma de economía popular en el tianguis de Atlixco, Puebla, periodo 1994-2020. (Tesis de maestría). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/aff771d8-a43f-4930-a2d5-7541a1e1bfe8>
- Bohorquez-López, V. W., García-Ortiz, P. A., Méndez-Lazarte, C., & Caycho-Chumpitaz, C. (2022). *Atributos direnciadores entre el comercio minorista tradicional y el moderno*. *Innova Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 32(83), 75-86. <https://repositorio.unibague.edu.co/handle/20.500.12313/2802>
- Bojórquez, A., Vargas, M., & Hernandez, M. (2023). Mercados locales y seguridad alimentaria. El caso de las regiones Milpera y Puuc en Yucatán. *Noesis Revista de Ciencias Sociales*, 32(64). <https://doi.org/10.20983/noesis.2023.2.4>
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.

<https://www.cambridge.org/core/books/outline-of-a-theory-of-practice/193A11572779B478F5BAA3E3028827D8>

Canta, J., & Quesada, J. (2021). El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes*, 5(19), 775-786. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>

Cárdenas, A., Vizcarra, I., Espinoza, A., & Espinosa, A. (2021). Género y segregación socioespacial en la conformación de los tianguis de Ixtlahuaca: un estudio de las mujeres que elaboran y venden tortillas artesanales. En Moctezuma, S., & Sandoval, D. (Comps.) *Mercados y tianguis en el siglo XXI Repensando sus problemáticas*. (pp. 31-48). Universidad Autónoma del Estado de México.

Carreras, J., & Pey, L. (2023). Al ritmo de la fiesta. Etnografía de la cocina comunitaria festiva en Cusi Cusi (puna de Jujuy, Argentina). *Cuadernos de antropología social*, (57), 111-129. <https://dx.doi.org/10.34096/cas.i57.12516>

Catrip-Pintor, A. (2019). Caracterización y análisis de circuitos cortos de comercialización en los municipios periurbanos de San Pedro Cholula y San Andrés, Cholula, Puebla. (Tesis maestría). El Colegio de México.
<https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/cf95jb93q?locale=es>

Catrip-Pintor, A., Hernández-Flores, J., & Méndez-Espinoza, J. (2020). Tipología de Circuitos Cortos de Comercialización en mercados y tianguis periurbanos de la región de Cholula, Puebla. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30(56). <https://doi.org/10.24836/es.v30i56.995>

Colín, D., & Rojas, J. (2020). La práctica del trueque en una comunidad mazahua del Estado de México. *Otra Economía*, 13(24), 77-94.
<https://revistas.ungs.edu.ar/index.php/otraeconomia/article/view/883>

Congreso de la Ciudad de México. (2025). Ley que regula el ejercicio del comercio en la vía pública y del trabajo no asalariado en la ciudad de México. IN-218-43-31-08-2022-.pdf

Coronado, X. (s.f.). Diego de Ordaz y la ascensión de los conquistadores al Popocatepetl, México, *Noticonquista*. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Nacional

Autónoma de México. <http://www.noticonquista.unam.mx/amoxtli/1795/1780>.

Denham, D. (2021). El tianguis en la era del supermercado. En Moctezuma, S., & Sandoval, D. (Comps.) *Mercados y tianguis en el siglo XXI Repensando sus problemáticas*. (pp. 347-370). Universidad Autónoma del Estado de México.

Escalante, P. (2008). El México antiguo. En Escalante, P., García, B., Jauregui, L., Zoraida, J., Speckman, J., Garciadiego, J., & Aboites, L. (coord.) *Nueva Historia Mínima de México* (pp. 21-109). Colegio de México.

Gasca, J. (2015). *Tensión en los modelos de comercialización y consumo en la Ciudad de México a partir de la expansión de supermercados y plazas comerciales*. 20° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México, AMECIDER-CRIM, UNAM. <https://ru.iiec.unam.mx/2944/1/Eje5-245-Gasca.pdf>

Giglia, A. (2018). Comercio, consumo y cultura en los mercados públicos de la Ciudad de México. Universidad Autónoma Metropolitana.

González, J. (2022). La mujer y su rol en la peregrinación a la basílica de la virgen de la caridad, Huamantla, Tlax. Un acercamiento etnográfico. *Ehécatl*, 1(3), 85-96. <https://proyectoehecat1.com/wp-content/uploads/2024/07/Revista-Ehecatl-Ano-I-Num.-3.pdf#page=86>

Good, E. (2024). Formas y prácticas de reciprocidad e intercambio en un grupo indígena mexicano. Implicaciones de la investigación etnográfica para la teoría social. En Serrano, J., Robichaux, D. & Ferreriro, J. (Comp.). *Parentesco y reciprocidad en América Latina: Lógicas y prácticas culturales*. (pp. 31-48) Asociación Latinoamericana de Antropología. <https://asociacionlatinoamericanadeantropologia.net/portal/wp-content/uploads/2024/03/CUADERNOS-DE-TRABAJO-5-FINAL-WEB-Def.pdf>

Hernández Trujillo, José Manuel, & Pérez-Méndez, Marco Antonio. (2023). Adulto Mayor, trabajo y seguridad social en el campo mexicano. *Análisis económico*, 38(99), 167-182. Epub 25 de septiembre de 2023. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2023v38n99/hernandez>

Hernández, A., Rodríguez, N. & Gallardo-López, F. (2022). Medios de sustento económico, social y cultural de mujeres “canasteras” vendedoras de productos agrícolas en un mercado tradicional. *Quivera, Revista de Estudios Territoriales*, 25(1), 141-156.

Hernández, Á., Rodríguez, N. & Gallardo-Lopez, F. (2023). Medios de sustento económico, social y cultural de mujeres “canasteras” vendedoras de productos agrícolas en un mercado tradicional. *Quivera Revista de Estudios Territoriales*, 25(1), 141-156.

doi: <https://doi.org/10.36677/qret.v25i1.17859>.

Hernández, J. (2023). El rol gentrificador del Programa Pueblos Mágicos. El caso de San Pedro y San Andrés Cholula, Puebla. *Estudios demográficos y urbanos*, 38(3), 715-761. <https://doi.org/10.24201/edu.v38i3.2134>

Hernández, J., Rodríguez, H., Salinas, T., Aquino, M. & Mariscal, A. (2022). Caracterización de los sistemas de producción familiar ovina en la Mixteca Oaxaqueña, México. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 13(4), 1009-1024. <https://doi.org/10.22319/rmcp.v13i4.6100>

INEGI. (2023). *Censo Nacional de Gobiernos Municipales y Demarcaciones Territoriales de la Ciudad de México 2023*. <https://www.inegi.org.mx/programas/cngmd/2023/>

INEGI. (2024). *Características de localidades y del entorno urbano 2020*. Red Nacional de Metadatos. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/941/variable/F3/V174?name=TIANGUIS#:~:text=Conjunto%20de%20puestos%20m%C3%B3viles%20que,tambi%C3%A9n%20como%20mercado%20sobre%20ruedas.&text=Pueden%20funcionar%20de%20manera%20peri%C3%B3dica%20temporal%20o%20permanente.>

Levebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell. https://monoskop.org/images/7/75/Lefebvre_Henri_The_Production_of_Space.pdf

Licon, E. (2014). Un sistema de intercambio híbrido: el mercado/tianguis la purísima, Tehuacán-Puebla, México. *Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (18), 137-163. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-54072014000100007&lng=en&tlng=es

Martínez, M. (2019). Entre el intercambio económico y la tradición cultural, el trueque en Zacualpan de Amilpas Morelos. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma del Estado de Morelos. <https://riaa.uaem.mx/handle/20.500.12055/1060>

Murcia, N., Jaimes, S. & Gómez, J. (2016). La práctica social como expresión de humanidad. *Cinta de moebio*, (57), 257-274. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2016000300002>

Ramírez-Juárez, J. (2023). Régimen alimentario y agricultura familiar. Elementos para la soberanía alimentaria. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 14(spe29). <https://doi.org/10.29312/remexca.v14i29.3533>

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13684310222225432>

Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday Life and how it changes*. SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781446250655>.

Solis, M. & Flores, M. (2024). Mercados tradicionales en México, valor actual y retos por enfrentar. *Inventio*, 20(52). <https://doi.org/10.30973/inventio/2024.20.52/8>

Solís, M., Méndez, J., Ramírez, J., Pérez, N., Regalado, J., & Hernández, J. (2022). De la parcela al mercado: estrategias económicas de las unidades domésticas campesinas en el mercado de Santiago Mixquitla. *región y sociedad*, 34, <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1595>

Zelizer, V. (2011). *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*. Princeton University Press. 10.23943/princeton/9780691139364.001.0001

CC BY-NC-ND