



Nueva Antropología

ISSN: 0185-0636

nuevaantropologia@hotmail.com

Asociación Nueva Antropología A.C.

México

Veerkamp, Verónica
Productos agrícolas y el tianguis en Ciudad Guzmán
Nueva Antropología, vol. VI, núm. 19, junio, 1982, pp. 97-130
Asociación Nueva Antropología A.C.
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15901906>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Productos agrícolas y el tianguis en Ciudad Guzmán

Verónica Veerkamp
CIDER/ONU

PRESENTACION

En este trabajo¹ me interesa presentar

y discutir algunos aspectos del proceso de intercambio de productos agrí-

¹ Originalmente, se trataba de un resumen de mi tesis de licenciatura que, conforme se iba elaborando, fue incorporando datos e interpretaciones nuevas, sobre todo en lo relativo a la situación actual del tianguis.

Como digo en la tesis, la investigación se realizó con la colaboración de los vendedores del tianguis, familias lugareñas, colegas de otras disciplinas sociales y de los integrantes del proyecto Sur de Jalisco. Pero el trabajo ahora presentado contó con aportaciones particulares. El Dr.

Norman Long y el Ing. Héctor S. Glower brindaron en diferentes momentos un apoyo muy importante en aspectos conceptuales. Los compañeros Patricia Arias y Roberto Grajales proporcionaron el apoyo académico y moral indispensable: ellos revisaron y comentaron versiones previas de este trabajo y mostraron siempre una gran disponibilidad. Les agradezco a ambos y también a la Mtra. Cynthia Hewitt de A., por haberme garantizado el espacio para poder escribir esto, de cuyos juicios me hago enteramente responsable.

colas en Ciudad Guzmán, Jal.² a través de una institución comercial específica: el tianguis que se realiza semanalmente en dicha ciudad.

Me parece que el mercado semanal y el comercio fijo de una capital regional constituyen un universo empírico privilegiado: pueden transformarse en instrumentos analíticos para el estudio del desarrollo socioeconómico de una región.

La perspectiva diacrónica utilizada para el estudio del tianguis guzmanense permite sugerir que los cambios que éste ha sufrido ilustran modificaciones y procesos en las características de la producción, comercialización y distribución de los productos perecederos del Sur de Jalisco.

Finalmente, la profundización sobre la situación actual del tianguis guzmanense permite discutir su rol y alternativas en relación al momento de desarrollo capitalista.

El tianguis mencionado es actualmente:

- a) un canal introductor de mercancías agrícolas extrarregionales;
- b) captador de "mercancía pachanga" (fruta y legumbres de 4^a calidad nacional) y de mercancía "calidad exportación", que por motivos que aquí se discuten no han podido pasar al mercado nacional e internacional respectivamente;
- c) favorece la creación y renovación de vínculos con regiones que han sido sometidas a cambios en su estructura productiva;
- d) sirve de mecanismo regulador de precios, al presentar precios (y, por supuesto, también costos de operación) más bajos que los del comercio fijo de la comarca, integrado por centrales de abastos, mercados públicos y municipales y recauderías;
- e) es un colchón de seguridad para una horticultura local en proceso de desarrollo capitalista;

² Esta investigación se enmarcó en el proyecto *Urbanización, Desarrollo y Educación en el Sur de Jalisco*. Este proyecto global, dirigido por el Dr. Guillermo de la Peña, se propuso analizar los procesos de cambio económicos, sociales y políticos de la región Sur de Jalisco. La tesis específicamente iba a dar luz sobre diferentes momentos del proceso de

intercambio de productos agrícolas en dicha entidad regional. (La disertación se basó en un trabajo de campo realizado de 1976 a 1978, en Ciudad Guzmán y alrededores).

- f) cumple con un papel de mercado de trabajo para una población rural potencialmente migrante.

ACERCAMIENTO AL UNIVERSO DE ESTUDIO

Al principio de la investigación, los integrantes del proyecto pensábamos que entre el tianguis de la capital del Sur de Jalisco y su entorno productivo había una muy escasa o nula relación. Advertíamos que la mayoría de los vendedores y de los productos tiangueros eran de fuera y que correlativamente la producción agrícola regional, constituida fundamentalmente por productos altamente comerciales (sorgo, alfalfa, maíz forrajero, caña), se destinaba a mercados extrarregionales, por medio de canales comerciales más formales, ya sea oficiales o privados. En síntesis, nos topábamos con una aparente segregación estructural del tianguis con respecto a la estructura productiva agrícola regional; sin embargo, al indagar un poco más en el tianguis, encontramos en éste los siguientes indicadores del avance de la agricultura comercial:

- a) categorías de vendedores (locatarios, comisionistas de medio tiempo), y cargadores cuyos padres y abuelos habían sido pequeños productores —asistentes al tianguis— que

fueron desplazados de sus medios de producción;

- b) hortelanos/vendedores de la vecina Laguna de Zapotlán, sometidos desde apenas unos decenios a la competencia desigual de vendedores extrarregionales de legumbres;
- c) consumidores o compradores directos del tianguis representando a la población urbana y rural de distintos estratos, y,
- d) relatos de que en tiempos anteriores había en el tianguis una mayor oferta (en cantidad y variedad) de frutas cultivadas y recolectadas de la región.

Fue así como determinamos que el avance de la agricultura comercial estaba reflejado en algunos aspectos del mercado de trabajo, del mercado de consumo y del mercado de productos del tianguis. Así se generó y justificó el estudio del tianguis como instrumento o termómetro muy sensible para captar los cambios regionales.

La confección del instrumento quedó culminada cuando se dispuso de toda la información histórica del tianguis. Los datos se obtuvieron directamente de los vendedores tiangueros, pero también de comerciantes fijos locales y de otros informan-

tes y fuentes (archivos) de la región y sus alrededores.

Al abordar la transición de un tianguis, y al estudiar un mercado semanario en nuevas condiciones de desarrollo, me vi en la necesidad de construir un cuerpo metodológico que se aparta de otros estudios antropológicos de mercados.

LOS MERCADOS SEMANARIOS EN LA LITERATURA

Hasta la fecha, los estudios antropológicos de mercados semanarios en México se han limitado a los mercados campesinos y desde una perspectiva sincrónica. Esos estudios, realizados entre los años 1950-1970, dejaron un amplio legado de monografías (Chiapas, Oaxaca, Michoacán, Hidalgo y otros estados)³ donde se advierte una gradual evolución en el conocimiento teórico de la integración de los mercados a la economía nacional.

Las primeras investigaciones aportaron su grano de arena al establecer que las comunidades campesinas no estaban aisladas económica y culturalmente, sino que, a través de los mercados campesinos, se articu-

laban entre sí y con una ciudad que operaba como centro regional. Sin embargo, los análisis posteriores —que se hacen en los 60's y 70's— siguen solamente profundizando esto, y no tocan la otra cara de la moneda, es decir, cómo los mercados campesinos se articulan a bodegas y centrales de abastos de esa ciudad regional y de las metrópolis del país. Asimismo, tales estudios tampoco analizan la coexistencia de empresas de diversas escalas al interior de los mercados, sino que se centran generalmente en los productores-vendedores campesinos y en cómo éstos desempeñan su actividad. En resumen, quiero decir que esos estudios de mercados campesinos enfatizan las relaciones horizontales y descuidan las relaciones verticales que se dan al interior de los mercados y entre los distintos niveles de mercados⁴.

³ Referencias a estos trabajos se encuentran en la "Bibliografía de Mercados", que se incluye al final de este volumen.

⁴ Los fundamentos de estas ideas se remontan a conversaciones sostenidas con Norman Long, en momentos críticos de conceptualización (noviembre de 1977). Ahora, finalmente, puedo expresarle mi reconocimiento. Sus planteamientos enfáticos sobre la inequidad socioeconómica y empresarial al interior de los mercados semanarios campesinos y la presencia de relaciones de intercambio horizontales y verticales en los mismos, fueron muy pertinentes y siguen generando ideas.

En la literatura de mercados semanarios mexicanos, sólo encontré tres estudios excepcionales que otorgan importancia al aspecto de las relaciones verticales. Son los trabajos de Marroquín (1957), Paré (1975) y Rosales (1979). Ellos reconocen tanto la diferenciación socioeconómica —y/o relaciones de expoliación— dadas al interior de los mercados, como la transferencia de valor presentada entre distintos niveles de mercados. La presencia de vendedores *acaparadores* y *mayoristas* les permite descubrir las relaciones que articulan a los mercados campesinos con mercados similares, con centrales de abastos y con zonas de producción agrícolas más lejanas; es decir, con la economía nacional.

Paré (1975) aborda en términos analíticos dicha integración y además, nos permite llegar a pistas mayores. En su estudio sobre el sistema de mercados campesinos del Mezquital —entidad formada por los estados de Hidalgo, México y Querétaro— describe dos movimientos comerciales que se dan en sentidos opuestos. El primero, señalado en las estribaciones del sistema, muestra que allí, o en las plazas periféricas, hay *acaparadores* (“atajadores” y “rezgates”) que acopian productos campesinos y los revenden en las plazas centrales a *acaparadores* mayores, de donde pasan al mercado nacional. En algunos casos, los *acaparadores* menores operan con el capital del *acaparador* mayor y re-

ciben una comisión por la mercancía comprada. El segundo movimiento es detectado en los mercados semanarios centrales. Allí, un número de mayoristas surtidos en el exterior venden sus mercancías agrícolas e industriales a comisión a una multitud de pequeños comerciantes (“comisionistas”), quienes a su vez penetran hasta los mercados periféricos. Los *comisionistas* les pagan a los mayoristas una vez vendida la mercancía; es decir, operan con crédito.

En síntesis, Paré descubre que “el tianguis cumple las funciones de *acaparar* la producción regional y de *distribuir* la producción agrícola e industrial de procedencia *extraregional*” (id:1975:89).

Estos dos conceptos de función *acaparadora* y función *distribuidora*, en su sentido de verticalidad, representan sin duda un avance notorio en la literatura especializada.

Considero que estas funciones, o más concretamente, la dirección de los flujos son claves para captar la fase de desarrollo en que se encuentra un mercado semanario dado.

Así, tenemos que en los mercados campesinos del Mezquital ambos flujos se dan simultáneamente; a través de ellos, vemos que la metrópoli extrae sus satisfactores del *hinterland*, y a su vez le revierte la producción industrial. Aunque esas plazas están insertas en una economía campesina, funcionan bajo la lógica capitalista.

En el Sur de Jalisco el sistema regional de mercados se encuentra en otra situación: allí dominan los flujos distribuidores, y las plazas son tanjamente clientes de centrales de abastos y de zonas de producción extrarregionales. El tianguis de Ciudad Guzmán y sus mercados periféricos están atendidos fundamentalmente por transportistas, bodegueros y comisionistas. Los pequeños productores campesinos están ausentes en dicho sistema de mercados, y sólo aparecen como consumidores o compradores de bienes. En otros términos, tenemos que la región Sur de Jalisco dista de ser autosuficiente en materia de alimentos de consumo humano, y consecuentemente, necesita introducirlos de fuera.

EL TIANGUIS Y LOS PROCESOS REGIONALES

Del tianguis se recabaron datos de 1880 a 1977. En ese lapso semicentenario encontramos dos grandes etapas (1880 a 1958, y 1958 a 1977) que se refieren a dos tipos diferentes de mercados. Antes de presentar con detalle la descripción del *mercado campesino* y del *nuevo tipo de mercado* de Ciudad Guzmán, y de matizar sus respectivas relaciones con el entorno productivo agrícola, conviene hablar de dos coyunturas por las que atravesó ese tianguis.

A saber, hubo dos momentos o fechas en que el tianguis registró cam-

bios estructurales: 1910, cuando se colocó a la cabeza del sistema regional de mercados, y 1958, cuando se transformó en introductor de víveres y productos en general. Estos dos momentos claves se relacionan con cambios que experimentó Ciudad Guzmán frente a la economía regional, derivados de revoluciones en el sistema de transportes. Analicemos brevemente las dos coyunturas.

A finales del siglo XIX, había en la región dos ciudades en disputa: Sayula, con actividades productivas industriales, y Ciudad Guzmán, eminentemente agroganadera. La introducción del ferrocarril a Guadalajara (a finales del siglo XIX) y a las localidades del Sur de Jalisco (a principios de este siglo) trajo modificaciones en la estructura productiva y comercial y en la correlación de fuerzas a nivel de las capitales regionales. La llegada del ferrocarril impulsó la extracción de productos agroganaderos (cereales, azúcar y carne) hacia mercados nacionales e internacionales, y a su vez, introdujo manufacturas industriales más baratas provenientes del centro del país. Esto provocó una desastrosa recesión económica en Sayula que marcó su declinación, más o menos definitiva⁵. Por el contrario, el ferrocarril benefició a Ciudad Guzmán ya que ésta logró

⁵ Véanse los trabajos de De la Peña, G. (1977) y (1980:51).

centralizar los flujos de los productos regionales demandados en el país, y finalmente en 1910 se levantó como la capital regional hegemónica con su tianguis a la vanguardia.

En un segundo momento, en 1958, nuevamente una revolución en el transporte: la inauguración de la carretera pavimentada Guadalajara-Colima (y que al igual que el tren pasa por Ciudad Guzmán), propició la consolidación de ésta en tres sentidos: en tanto capital regional, en tanto principal polo de atracción demográfica, y como principal polo de desarrollo de la agricultura comercial en la región.

Pero veamos a raíz del papel histórico del tianguis la configuración que fueron tomando los procesos regionales.

1880-1958: UN MERCADO CAMPESINO

De 1880 a 1950, al tianguis de Ciudad Guzmán le tocó desempeñar el papel de captador y exportador de mercancías, específicamente maíz. Esto lo hizo en un principio, a través de la participación de hacendados locales, quienes, a partir de 1910, fueron substituídos por simples acaparadores locales. Sin embargo, en esa etapa de 78 años, las condiciones infraestructurales fueron cambiantes: hubo procesos y modificaciones en la estructura productiva regional. De ello hablaremos ahora en detalle.

Entre 1880 y 1910, había dos mercados campesinos centrales en la región: el guzmanense y el de la vecina y rival ciudad de Sayula, ubicada a sólo 26 km de distancia. Ya en estos años el tianguis guzmanense estaba en mejores condiciones que su rival sayulense. Como dije antes, el nuevo medio de transporte ferrocarrilero dinamizó la producción agroganadera al permitirle un mayor acceso a los mercados nacionales e internacionales. Esto favoreció a Ciudad Guzmán dada su característica de centro agropecuario y su condición de cruce de caminos interregionales de importancia crucial en la comarca. Así, el tianguis guzmanense estaba ampliando paulatinamente su área de influencia, o su control sobre los mercados semanarios de la región (proceso que culminó hacia 1910), y de hecho tuvo una participación considerable en la buenaventura agrícola —maicera— de la región. De esto constan los siguientes testimonios a la vuelta del siglo:

Los jueves —día de tianguis en Ciudad Guzmán— se daban cita no sólo los campesinos de la región y los arrieros de los sitios más lejanos de la misma y del estado de Colima, sino también los hacendados locales y circunvecinos. Y es que el tianguis era la instancia para adquirir de los campesinos maíz y otros productos almacenables. De las 5 a las 9 am se verificaban las transacciones al mayoreo, con una marcada participación de los hacendados cuyas grandes

bodegas estaban muy cerca del tianguis y de la estación ferrocarrilera establecida en 1901. Desde las 9 a las 3 pm se efectuaban las ventas al menudeo entre la población campesina. Había petates de tule colocados en el suelo, con montos de mercancía muy pequeños, y muchas de las transacciones se hacían por medio del trueque. Los vendedores campesinos no tenían circulante. Eran medieros de las haciendas de la comarca y llevaban sus exiguos excedentes para intercambiarlos por otros bienes agrícolas y manufacturados. El tianguis era así un instrumento de los hacendados que, por un lado, permitía la concentración y el acaparamiento de productos almacenables, y por otro, la circulación interna de bienes para el consumo de la población campesina.

Décadas más tarde, cuando el tianguis alcanzó primacía en la región, se perfeccionaron las funciones de drenaje y circulación de bienes regionales ahora con protagonistas y coyunturas diferentes, emergidas del período agrario.

Este período en términos regionales se situó *entre 1910 y 1940*, y coadyuvó a que Ciudad Guzmán y su tianguis pasaran a un primer plano en la región. Ante la inquietud en el campo y el reparto agrario (efectuado entre 1915 y 1937)⁶, los hacenda-

dos y sus capitales salieron de Ciudad Guzmán rumbo a Guadalajara. Las bodegas de compraventa de cereales pasaron a manos de gentes de las localidades aledañas que se asentaron en Ciudad Guzmán y constituyeron la nueva élite local. Los nuevos bodegueros de cereales eran comerciantes de tiempo completo; es decir, simples acaparadores locales. Hay relatos de que, en plenos tiempos revolucionarios, esos acaparadores lograban llenar furgones enteros de maíz para enviarlos a la capital tapatía, donde se vendían al gobierno federal. Estas transacciones dejaron grandes ganancias a los comerciantes de la ciudad de Guadalajara. Las bodegas cerealeras guzmanenses recibían ahora también mayores volúmenes de granos del tianguis al haberse asegurado éste el dominio sobre el sistema regional de mercados, y al privilegiar la asistencia de productores inmersos en un nuevo orden jurídico y económico. A saber, entre 1910 y 1940, aparecieron en el escenario agrícola empresarios y ejidatarios que, ante la fuga de capitales y la inseguridad, se dedicaron preferencialmente a la producción de cultivos tradicionales diversificados y poco tecnificados (fundamentalmente maíz, maíz asociado, hortalizas y frutas)⁷.

⁶ Véase el informe de De Alba, M. (1977: 17).

⁷ Parafraseando a Womack, J. (1978) existe poca información sobre la situación agrícola en tiempos de la revolución, De la Peña, G. (1979:68, 67) habla de

Entre 1940 y 1958, años que coinciden con el período de la sustitución de importaciones, se dieron dos tendencias en la región con profundas implicaciones para la estructura productiva. Por una parte, hubo cambios en el comercio fijo de manufacturas en Ciudad Guzmán: las pequeñas tiendas dejaron de vender abarrotes y ropa de confección local y comenzaron a ofrecer abarrotes de la ciudad de México, de patrones de consumo norteamericanos. Con esto, la región perdió definitivamente su autosuficiencia en las manufacturas. Por otra parte, la estructura productiva agrícola regional se estaba enfilando hacia algo semejante. Como factores desencadenantes se presentaron la entrada de grandes empresas agrícolas de capitales nacionales (grandes ingenios azucareros, una fábrica de papel) basados en el aprovechamiento de grandes superficies⁸, y también

hubo grandes migraciones de campesinos hacia los Estados Unidos y Guadalajara. Cabe recordar que, a partir de 1940, se dio la apertura de la frontera con Estados Unidos y se inició el proceso de industrialización en las grandes urbes mexicanas, que favorecieron la emigración de la mano de obra rural⁹.

El abandono de las tierras por los campesinos propició una reconcentración de la propiedad en el Sur de Jalisco, y se pasó de la diversificación de cultivos a la monoproducción (es decir, a producir cultivos rentables y susceptibles de ser trabajados con maquinaria)¹⁰. En muchas localidades comenzó a disminuir —desde 1950— la producción frutera, debido al abandono de huertas¹¹; pero fue, a partir de 1960, cuando la producción diversificada viró drásticamente hacia productos especializados, como el sorgo, la alfalfa, la caña de azúcar, el maíz forrajero. . . Proceso directamente relacionado con la inauguración, a partir de 1958, de las carreteras pavimentadas regionales: ellas fueron el medio que permitió la reorientación masiva en la agricultura regional.

las dificultades económicas y agrarias a que se enfrentaron los empresarios regionales dedicados al cultivo de la caña de azúcar, desde que comenzó la agitación agraria en la región (1915). Aparte, datos de compañeros del proyecto y personales (véase Veerkamp: 1981:73) indican que en el Sur de Jalisco predominaba, hasta 1940, la producción a pequeña escala, orientada a los cultivos de subsistencia.

⁸ Véase la tesis de González de la Rocha, M y Escobar, A. (1979).

⁹ Véanse los trabajos de Hewitt de A., C. (1978:24, 25) y de Arroyo Alejandro, J. (1980).

¹⁰ Véase la tesis de Safa, P. (1979).

¹¹ Véase la tesis de González Chávez, H. (1981).

1958-1977: SURGE UN NUEVO TIPO DE MERCADO

En esta etapa el tianguis guzmanense ha desempeñado el papel de introductor y distribuidor de productos extrarregionales: manufacturas industriales y productos agrícolas. Estos últimos, los más ponderados en este trabajo¹², han sido exclusivamente frutas y legumbres, cuya venta y distribución ha sido controlada por comerciantes extrarregionales fundamentalmente. El maíz en grano y el frijol ya no destacan en el inventario de productos del tianguis. Estos han sido captados por otros circuitos comerciales; los acaparadores y distribuidores privados y las agencias oficiales, como ANDSA y CONASUPO, y el programa PACE de esta última¹³.

En 1958, la nueva carretera Gualajara-Colima fijó nuevas vocacio-

nes para Ciudad Guzmán y su tianguis. La ciudad se tornó en el principal polo regional de desarrollo de la agricultura comercial y el tianguis se constituyó en uno de los principales canales introductores de alimentos para la mayor parte del Sur de Jalisco y para el estado de Colima.

De 1960 a 1978, Ciudad Guzmán registró una notable tasa de crecimiento anual: 5,4 por ciento. La ciudad, aparte de su crecimiento natural, recibió población del exterior y del interior de la región. Gente del centro y norte del país encontró trabajo en bancos y refaccionarias agropecuarias; productores y comerciantes de fruta colimenses se establecieron e instalaron bodegas de fruta tropical; gente de escasos recursos de la región encontró trabajo en el tianguis (como vendedores/comisionistas de perecederos, como productores/vendedores de antojitos, como ayudantes de vendedores, y como cargadores y macheteros) y en diferentes actividades del sector terciario (como los talleres de reparación de carros por ejemplo).

El asunto del nuevo medio de comunicación es crucial. A través de las nuevas carreteras, el Estado se equipó logísticamente para integrar hasta los más tradicionales estratos campesinos a la agricultura comercial. Esto se hizo con apoyo estatal (hay observaciones de campo en donde se ve cómo los paquetes de servicios agrícolas estaban amarrados a cultivos comerciales). Los empresarios privados

¹² Como se sabe, en este trabajo le estoy dando una mayor atención a los productos agrícolas. El caso de las manufacturas industriales está documentado en trabajos anteriores (Veerkamp: 1977 y 1981). En ellos, analizo la situación actual y la aparición histórica de los bienes industriales en el tianguis respectivamente.

¹³ De la agencia ANDSA, o más concretamente, Almacenes de Occidente, S.A. de C.V., se sabe que ya operaba en la región en la década de los cincuentas.

que, a partir de 1940, iniciaron el proceso, recibieron prebendas estatales para continuar con la tan deseada modernización agrícola que culminó con la pérdida de la autosuficiencia alimentaria regional.

Vimos así que el tianguis guzmanense se adaptó a nuevas necesidades. Lo mismo sucedió con sus mercados periféricos, que se transformaron igualmente en canales introductores.

EL SISTEMA REGIONAL DE MERCADOS

Desde 1960, el sistema de mercados del Sur de Jalisco se fue reduciendo y las unidades sobrevivientes se sometieron a cambios calendáricos. Desaparecieron mercados semanarios en varios puntos de la región (Tamazula, Autlán); en su lugar, otros canales comerciales —mercados municipales— se han encargado del abastecimiento de alimentos.

Los once mercados semanarios sobrevivientes se ubican a lo largo de una recta, la carretera Guadalajara-Colima. Hasta 1960, el tianguis central guzmanense operaba exclusivamente los jueves y los mercados periféricos, los domingos. Pero, a partir de los sesentas el tianguis central funciona durante tres días a la semana, y los periféricos cambiaron su día de plaza. El calendario de éstos se ajusta al de Ciudad Guzmán (que opera de martes a jueves) y éste, a su vez, está incorporado al de los mercados de

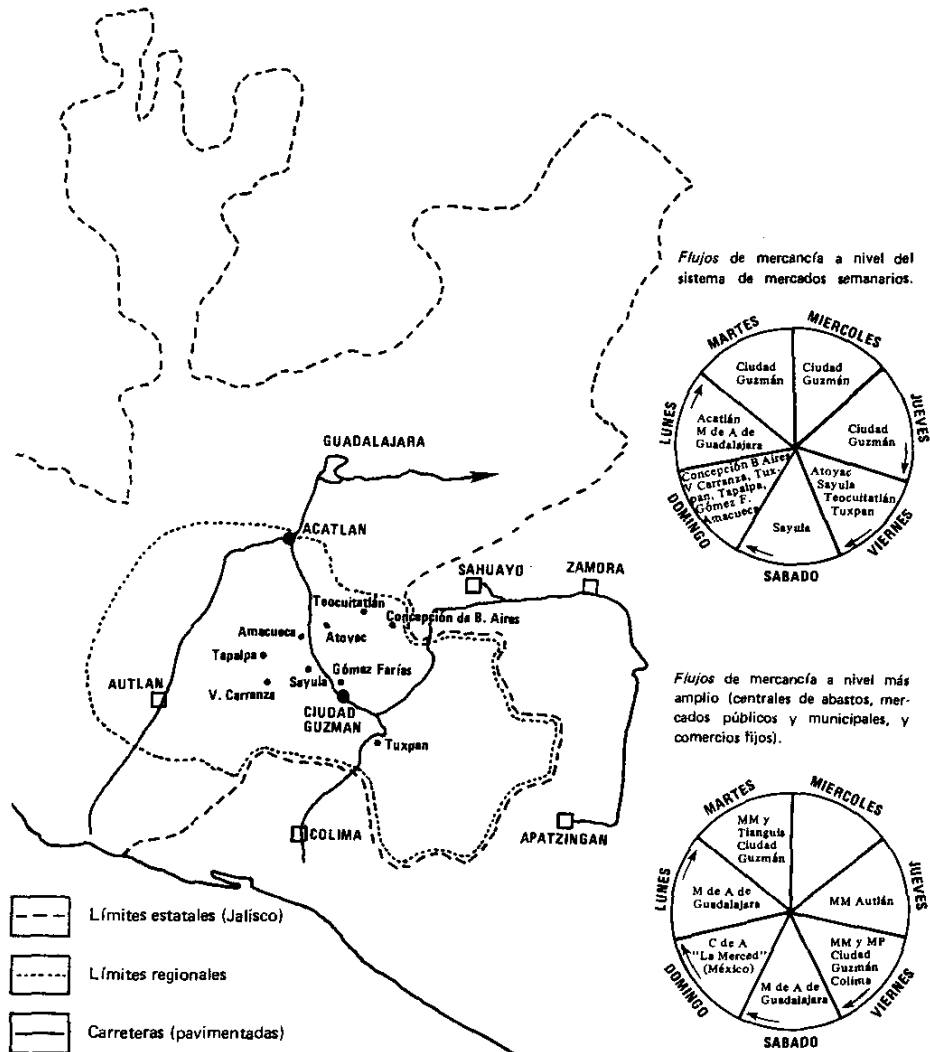
abastos de Guadalajara y de otras ciudades del país, (mapa I).

Lo anterior constituye una prueba de la integración vertical de los mercados semanarios a las centrales de abastos¹⁴. Estas, en el Occidente de México, llegan también a imponer el ritmo de cosechas en las zonas de producción de hortalizas y frutas. Los estudios de casos muestran cómo los transportistas acopiadores de producción establecen sus días de actividad en base a los famosos “días de introducción” en las centrales de abastos (y en el tianguis central de Ciudad Guzmán). O sea, también a nivel de las zonas de producción en el Occidente mexicano, se esclarece la articulación vertical con respecto a los mercados de abastos. En síntesis, me parece que, hoy en día, un estudio de mercados semanarios difícilmente puede prescindir de ese marco estructural comercial más amplio.

EL TIANGUIS CENTRAL EN UNA SITUACION ESPECIAL

En relación al sistema regional de mer-

¹⁴ Valdría la pena preguntarse por qué algunos antropólogos, especialistas de mercados, llegan hasta el detalle matemático en la descripción de los calendarios de sistemas de mercados campesinos, y han perdido de vista la articulación de estos a estructuras comerciales más amplias.



cados es necesario precisar un punto. Tal como se ha expuesto los tianguis regionales están interarticulados por medio de transportistas, bodegueros y comisionistas. Los mercados semanales regionales exhiben una participación mínima de campesinos y de pequeños productores locales y regionales, en calidad de vendedores.

Sin embargo, en el tianguis central guzmanense hay un rasgo muy particular. Es el único mercado semanal que presenta una proporción más considerable de vendedores correspondientes a ese rubro. De una planta total de 103 empresas proveedoras del tianguis, 37 (el 35.9 por ciento) responden a la categoría más general de pequeños productores locales y regionales y se desagrega de la siguiente forma: 3 pequeños produc-

tores de fruta y 34 de legumbres y hortalizas. Los 3 primeros son recolectores de fruta nativa (guayaba, arrayán. . .) que bajan de las sierras o propietarios de calmiles (con frutales, como limón y naranja) en el centro urbano de Ciudad Guzmán. En este caso, el tianguis exhibe aún vestigios de su vieja actividad acaparadora o concentradora de pequeñas producciones domésticas. Los 34 productores de legumbres y hortalizas son todos vecinos de la Laguna de Zapotlán —ubicada a sólo 15 km de Ciudad Guzmán— y constituyen un heterogéneo sector productivo. Como veremos, ellos ahora ya no son campesinos. Corresponderían más bien al término de “pequeños farmers”¹⁵, aunque unos estarían por debajo y otros por arriba de este concepto. Mi impresión es que el tianguis desempeña el papel de colchón de seguridad para las unidades de producción hortelanas de la Laguna. La asistencia a este mercado semanal les permite averiguar los precios corrientes en el mercado nacional (Gua-

¹⁵ Para una discusión al respecto, véase Díaz, E. (1977:1432-1435). De su trabajo emergieron los conceptos para definir el carácter más bien “farmer” de los productores de hortalizas de la Laguna de Zapotlán. Aunque en diferentes medidas, ellos acumulan capital y lo reinvierten productivamente (generalmente en bienes de capital); incrementan la productividad (aumentan la producción por hectárea y/o se dedican a cultivos hortelanos más rentables y menos consumidores de mano de obra); compran fuerza de trabajo, y envían más de un 90 por ciento de su producción global al

mercado. (La producción global no sólo abarca las hortalizas, sino también los cultivos cereales y los frutales). Algunos datos etnográficos respecto a las unidades de producción hortelanas de la Laguna de Zapotlán se encuentran más adelante en el texto, y también en Díaz, B. (1977) y Veerkamp (1981: 34, 35, 81, 84, 91, 162-174, y específicamente: 168,169).

dalajara, Sahuayo, Zamora); los martes, les compra la mitad de su producción semanal (la otra mitad se destina a los mercados municipales y públicos foráneos de Sayula y de localidades colimenses), y los miércoles y jueves, les permite vender los remanentes a precios de detalle (o sea, con márgenes de ganancia más altos).

Considero que el nuevo tianguis introductor ha ejercido una acción catalizadora sobre las pequeñas unidades de producción hortelanas. Ellas, desde 1880, han surtido al tianguis guzmanense. A partir de 1960, fueron desplazadas por los proveedores fuereños —los transportistas y bodegueros— que traían legumbres más baratas de fuera. En esa década, los hortelanos se dedicaron a cultivos forrajeros (maíz y alfalfa), entonces más seguros y remunerados. En ese período hubo buenas cosechas (y precios) en la Laguna, y en muchas de las unidades de producción se dio un proceso de acumulación de capital. A partir de 1970, las empresas hortelanas, equipadas con una nueva infraestructura (pozos, camionetas, en algunos casos, y semillas) retornaron al tianguis pero ahora con un inventario mayor de productos.

A pesar de que los hortelanos laguneros se caracterizan por tener una participación frágil frente a los otros proveedores fuereños en el tianguis, no cabe duda de que este mercado semanal —a través de los transportistas y bodegueros intrusos— les ha proporcionado mayores conocimientos

para el manejo de la actividad comercial.

EL TIANGUIS ACTUAL Y LOS PROCESOS LOCALES Y REGIONALES

El tianguis guzmanense se comporta como central de abastos los martes, y como plaza, los miércoles y jueves; es decir, realiza separadamente las ventas mayoristas y las de menudeo.

De las 1 039.3 ton de fruta y legumbres introducidas semanalmente al tianguis guzmanense, tres quintas partes proceden de zonas de producción extrarregionales; casi una tercera parte del Mercado de Abastos de Guadalajara; una proporción menor (4.38 por ciento) de centrales de abastos michoacanas; y una proporción aún más pequeña (2.55 por ciento) se origina en la región. (Datos de 1977, véase el Apéndice donde se concentran varios cuadros). Esto quiere decir que el tianguis central depende en primer lugar, de zonas de producción extrarregionales y en segundo lugar, de la central de abastos de Guadalajara.

En los mercados semanarios periféricos, difícilmente encontramos mercancías perecederas procedentes de la región y de las centrales de abastos michoacanas¹⁶. Se podría deter-

¹⁶ Lo primero ya fue señalado anteriormente. Lo segundo se descubrió al

minar que en aquellos un 80 por ciento de las introducciones serían de zonas de producción extrarregionales y apenas un 20 por ciento de la central de abastos tapatía. Esto deriva de una aproximación cualitativa: los agentes del Mercado de Abastos de Guadalajara no atienden tan notoriamente a esos tianguis periféricos¹⁷, sino que en ellos encontramos fundamentalmente a transportistas independientes o "a", quienes se surten en zonas de producción extrarregionales.

Esto tiene relevancia a un nivel regional. A saber, la Central de Abastos de Guadalajara se comporta como rectora del comercio fijo introductor (formado por mercados públicos y municipales, bodegas y recauderías) en el Sur de Jalisco y en el vecino estado de Colima. Los abastece pe-

riódicamente los martes, jueves y viernes, y ha creado un cinturón de seguridad en sus clientes para impedir la proliferación de tianguis y la expansión de la actividad de los transportistas independientes. Y esto no es nuevo: en los estudios de casos de transportistas independientes, se exhibe cómo sus iniciativas para poner puestos o (revivir) tianguis en las ciudades de Colima, Autlán y Tamazula —en los años cincuentas— fueron repelidas por una resistencia organizada de los locatarios locales.

Correlativamente, en la mayoría de las localidades surjaliscienses y colimenses, se observa un gran rechazo del comercio fijo hacia los transportistas mencionados; que es relativamente menor en Ciudad Guzmán y casi nulo en las localidades donde operan los mercados semanarios periféricos. Esto, fundamentado en la historia reciente del tianguis guzmanense, en donde se aprecia el carácter pionero de los transportistas independientes, ilustra que el sistema regional de mercados se comporta como territorio libre dentro del "coto de caza" mayor de la central de abastos tapatía. En este contexto, resulta notable que Guadalajara aporte cerca de una tercera parte (31.41 por ciento) de la mercancía perecedera del tianguis. Como se probará más adelante, existen intentos tapatíos por dominar el tianguis central y ponerlo a su servicio.

abordar a los transportistas "c", surtidos en las centrales de abastos michoacanas: ellos no visitan los mercados semanarios regionales. Asisten exclusivamente al tianguis central guzmanense y durante el resto de la semana llevan su mercancía a sus bodegas y a clientes en comercios fijos de localidades como Sayula y Colima.

¹⁷ Me estoy refiriendo *sensu strictu* a los auténticos empleados y representantes de dicha central en los estados de Jalisco y Colima: los transportistas "b", que no deben confundirse con otra categoría en seguida presentada: los transportistas independientes.

CUADRO 1
INDICE DE PRECIOS AL DETALLE

Ciudad Guzmán Tianguis (plaza)	Guadalajara Mercado Público anexo al Mercado de Abastos	Ciudad Guzmán Mercado Municipal	Colima Mercado Público Constitución	Distrito Federal Mercado Público La Merced	Distrito Federal Supermercado Aurrerá Suc. Plateros
100.0	120.1	120.9	123.5	106.5	129.9

Fuente: Investigación directa. Cuadro elaborado con información sobre los precios de trece productos (cebolla, chayote, chicharo, chile poblano, chile serrano, ejote, jitomate redondo, repollo, aguacate, limón, papaya, pera y plátano roatán), tomados en una semana de agosto y otra de octubre del año 1977. Información parcialmente disponible en Veerkamp (1981).

LOS PRECIOS

Ahora quisiera discutir otro elemento del tianguis, el que se refiere a los precios. Comentarios aislados de informantes consumidores me permitieron saber y luego reconfirmar que "en el tianguis de Ciudad Guzmán usted consigue los productos más barato que, incluso en el mercado público adjunto al Mercado de Abastos en Guadalajara". En efecto, un estudio comparativo de precios al menudeo en varios canales comerciales detallistas de Guadalajara, Ciudad Guzmán, Colima y el Distrito Federal, confirmó lo anterior (ver cuadro 1).

En otras palabras, el comprador menudista o cliente consumidor del

tianguis —los miércoles y jueves— encuentra que en los otros canales detallistas mencionados, los precios están entre un 6 y un 30 por ciento más altos.

Lo anterior se explica si se considera que el tianguis, en su función de central de abastos y plaza, tiene menores costos de operación que el comercio fijo correspondiente¹⁸. Así,

¹⁸ Es evidente que el tianguis, en tanto central de abastos informal, opera con costos menores que un edificio correspondiente, con corralón, bodegas adecuadas, instalaciones especializadas —y como en el D.F.— con co-

el tianguis no le agrega costos operativos extras o mayores a la mercancía, desde el arribo de ésta al sitio de mercado los martes, hasta su venta a los consumidores los miércoles y jueves. Sin embargo, parecen existir también otros factores que se pusieron de evidencia cuando se observó otro fenómeno relativo a los precios.

Los jueves en la tarde, cuando el tianguis está por concluirse, la mercancía perecedera registra una fuerte rebaja en su precio (40-75 por ciento). Esto ocurre entre las 5 y las 7:30 pm y es cuando notoriamente llegan a la plaza las personas de los estratos socioeconómicos más bajos de la localidad y alrededores para abastecerse. Cabe destacar que la liquidación de sobrantes (mercancías en diferentes estados de calidad, como veremos) al menor precio, no es general los jueves en la tarde; atañe exclusivamente a determinadas categorías de vendedores que, a su vez, disponen de una fuente de aprovisionamiento dada: las huertas de la Laguna de Zapotlán y las zonas de producción extrarregionales de Colima, Michoacán y Guanaajuato.

tizadores y coyotes que cobran altas "mordidas" a los introductores. Igualmente, el tianguis en tanto plaza, causa menores erogaciones a los comerciantes que un canal detallista fijo. Sin tener que abundar en datos precisos, está claro que es más baja la can-

Las seis diferentes categorías de vendedores observadas en el tianguis guzmanense pueden dividirse en dos grandes grupos, de acuerdo al origen de sus bienes: las que obtienen su mercancía de centrales de abastos y en el tianguis mismo, y las que se proveen directamente en zonas de producción. (Véase el cuadro 2 y el Apéndice).

Respecto al cuadro 2 quiero indicar que, en lo sucesivo, los vendedores del segundo conjunto de categorías aparecen también bajo el término de "productores y acopiadores directos", a fin de diferenciarlos del primer conjunto. Como veremos, también los transportistas y los bodegueros referidos se dedican a la producción.

Ahora bien, el primer conjunto de categorías integrado por los bodegueros, transportistas "b" y comisionistas de tiempo completo, transportistas "c", locatarios y comisionistas de medio tiempo, se resiste a participar en la liquidación de mercancía a precios más bajos. Ellos, tienen "donde vender la mercancía al día siguiente"

tividad cobrada por concepto de renta de piso en el tianguis (los puestos fluctúan entre 1.5 y 5 m², en la sección de perecederos), que el pago de renta de local, de luz y de agua, licencia sanitaria, impuestos mercantiles y de tesorería en un local del mercado cubierto, en una bodega, en una recaudería o en una tienda de abarrotes).

CUADRO 2
FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE LOS VENDEDORES DE PERECEDEROS

Centrales de Abastos Tianguis de Ciudad Guzmán	Zonas de producción
<ul style="list-style-type: none"> — transportistas "c"/otros y "b"/agentes de la central de abastos tapatía (= LA MINORIA DE LOS TRANSPORTISTAS)* — bodegueros (LA MAYORIA) — comisionistas de tiempo completo — locatarios — comisionistas de medio tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> — pequeños productores — transportistas "a" independientes (= LA MAYORIA DE LOS TRANSPORTISTAS) — bodegueros (LA MINORIA)

respectivamente: en su bodega, en otros tianguis, a comercios fijos foráneos (esto también vale para los transportistas "b"), en el mercado municipal local y en su casa.

En cambio, el segundo conjunto de vendedores, formado por pequeños productores, transportistas independientes y la minoría de los bodegueros venden su mercancía los jueves en la tarde, casi a costos de producción, señalando que prefieren perder en sus costos de operación y en las ganancias, con tal de "no hacer más gastos". Esta contestación no explica, sin embargo, el fenómeno de los precios más bajos

que, como veremos, descansa en bases más complejas.

Me parece muy significativo que sean sólo vendedores más directamente ligados al sector de la producción los que participen en la rebaja de precios. Los motivos subyacentes a este hecho pueden explicar también, de manera más completa, la facultad del tianguis de poder ofrecer los productos a precios más bajos que los del comercio fijo.

De antemano podría pensarse que, por el simple hecho de que en el tianguis predominan los productos directamente procedentes de zonas de pro-

ducción y de huertas (el 64.2 por ciento del volumen de la mercancía), éstos ejercen presión sobre los precios de los demás productos que provienen de centrales de abastos; los cuales llegan más caros al tianguis, debido al fuerte proceso de intermediación sufrido en la central de abastos y a los gastos adicionales del transporte. Los productos directos del campo al llegar al tianguis pasan a lo más por un intermediario, cuando se da el enlace de productor-acopiador-tianguis; aunque también se da una forma de enlace más directa: productor-tianguis. En este sentido, los vendedores abastecidos por centrales de abastos no se encuentran en condiciones óptimas para imponer los precios en el tianguis.

Asimismo, los pequeños productores transportistas independientes y algunos bodegueros, al rematar su mercancía, no sólo se ahorran gastos adicionales, sino que buscan un beneficio particular. Parecen estar apelando al principio económico de a mayor rotación de inventarios, mayores volúmenes de ventas, y, por lo tanto, ganancias. Así se puede explicar el hecho de que rematan su mercancía e inmediatamente acuden a buscar más productos para vender.

Los demás vendedores del tianguis (bodegueros, transportistas "b" y "c", comisionistas de tiempo completo, locatarios y comisionistas de medio tiempo) no rematan sus mercancías puesto que tienen otras alternativas de colocación de los productos. Disponen de establecimientos (bo-

degas, mesones, locales y casa) donde pueden guardar la mercancía. Esto responde a otra lógica. El poder guardar los bienes en algún sitio permite el ejercicio de las prácticas más antiguas del comercio: ocultar, especular y tratar de vender al máximo precio (lo que se suele justificar argumentando gastos de almacenaje). En síntesis, los vendedores que se resisten a vender a precios más bajos obtienen sus ganancias sobre la base de un local desde donde pueden dedicarse a la especulación. Esta última forma es eminentemente comercial aunque primitiva ya que impide una rotación o circulación más rápida. Esta forma proporciona menos estímulos al desarrollo de la estructura productiva que la usada por los pequeños productores, transportistas independientes y algunos de los bodegueros, quienes mediante la política de precios bajos crean demandas fuertes para sus productos, y a su vez, benefician a los consumidores pertenecientes a los estratos socioeconómicos más amplios de la población.

Decíamos que en la tarde del jueves, cuando asiste al tianguis dicha población consumidora, la mercancía registra varios estados de calidad. Dominan, sin embargo, las mercancías de los menores estados de calidad: maltratadas y ya no tan frescas, así como también en orden creciente mercancías de "segunda calidad nacional", de "tercera calidad nacional" y de "cuarta calidad nacional", esta última conocida asi-

mismo como "mercancía pachanga".

Los consumidores, atraídos por los bajos precios de los pequeños productores, los transportistas independientes y algunos bodegueros, a veces encuentran en esos puestos, mercancías de "primera calidad nacional"—que es la que circula en las principales ciudades del país— y mercancía de "calidad exportación o extra", destinada al mercado mundial, sometidas también a la rebaja de precios.

Este hecho nos lleva a presentar las estrategias de acopio y de operación de algunos de los principales proveedores del tianguis y así poder analizar la vinculación del tianguis introductor con las nuevas zonas de producción que lo abastecen.

LOS PROVEEDORES Y LAS NUEVAS VINCULACIONES INTERREGIONALES

El tema fue abordado a través de siete estudios de caso de empresas mayoristas o proveedores del tianguis en general¹⁹, que se dedican al remate de mercancías y operan con el énfasis colocado en la producción.

Una de ellas es una empresa²⁰ hortelana zapotlense. Otras cuatro son empresas transportistas independientes y las dos últimas son empresas bodegueras. Todas comparten el interés por sacar cada vez más mercancía al mercado mediante diferentes mecanismos de acopio: la producción (sola o compartida), la compra en pie, la

¹⁹ Las categorías de vendedores que introducen mercancía al tianguis son: pequeños productores, transportistas "a" (independientes), "b" (agentes de centrales de abastos) y "c" (otros); bodegueros; comisionistas de tiempo completo y algunos de los locatarios. Ellos en diferentes medidas, surten a los que son exclusivamente menudistas, o como se dice localmente, los revendedores. (Véase el Cuadro IV en el Apéndice). En la tesis, analicé la vinculación del tianguis con el sector productivo y, por lo tanto, no realicé mayores estudios de casos sobre proveedores surtidos por centrales de abastos.

²⁰ Entiendo por empresa simplemente a la unidad económica dirigida por un jefe de familia o un jefe de operación. La empresa puede contar con una sola persona o con varias: socios y/o ayudantes familiares y contratados. Durante mi investigación sobre el tianguis apliqué, tan pronto como me fue posible, este concepto. El referirse al número de puestos o de vendedores podía conducir a malas interpretaciones, ya que el vendedor de un puesto no es necesariamente el jefe de operación del mismo. Mediante el nuevo concepto, se podía establecer más claramente que una empresa puede abarcar sólo uno o varios puestos.

compra antes de tiempo y la compra de cosechas parciales.

La empresa hortelana de la Laguna de Zapotlán ocupa realmente un lugar destacado entre los pequeños productores locales y regionales: lleva 2.5 ton de mercancía semanalmente al tianguis, y un total de 23 tipos de hortalizas al año. (Sus colegas llevan menos carga y variedad al mercado). Esta empresa se ha basado, desde 1970, en la producción a medias —efectuado entre un agricultor/dueño de los medios de producción y un hortelano tradicional, poseedor de conocimientos técnicos y sociales tradicionales.

La empresa se inició con unas cuantas hortalizas y en la actualidad cultiva 23 tipos diferentes, seleccionados sobre la base de su aceptación en el mercado y de su eficiencia productiva (mayor productividad, mejor aprovechamiento de la mano de obra disponible, y menores costos de producción). Esta unidad de producción toma como plataforma de ventas al tianguis, y desde allí se relaciona con el comercio fijo local y foráneo. Coloca en el mercado productos de primera y segunda calidad de acuerdo a las cosechas semanales.

El hortelano tradicional (el mediero) es el vínculo entre la parcela y el tianguis (sus padres eran hortelanos, medieros de los hacendados y ya vendían en el tianguis campesino) ya que se encarga del trato con los clientes y las ventas. El agricultor, por cierto entrenado en los Estados Unidos, se preocupa de crear e implementar avan-

ces técnicos en la parcela.

Las seis empresas restantes, los transportistas independientes y los bodegueros, llevan, cada una, un promedio de 8.5 a 20 ton de mercancía semanalmente al tianguis guzmanense, el cual es también su principal plataforma comercial. Para ellos, el tianguis tiene la misma importancia que para la empresa hortelana, sólo que de este sitio —llamado “el cuartel general”— se trasladan también a los demás mercados periféricos a colocar sus productos. Son gente que opera con camiones, y esto es un elemento destacado de su actividad. Estas seis empresas, como manejan volúmenes mayores de mercancía, se especializan en unos cuantos productos que varían a lo largo del año, de acuerdo con las estaciones. Son acopiadores, y más recientemente a su vez productores, que apelan a los mecanismos de acopio ya señalados. Trabajan principalmente en zonas de producción destinadas al mercado internacional, como los alrededores de Colima, Apatzingán (Mich.) y Celaya (Gto.), y al mismo tiempo, operan en bastiones del mercado nacional: Sahuayo y Zamora (Mich.). Su actividad acopiadora se remonta a 1950, fecha que marcó el inicio de la agricultura comercial en esas entidades. Los nuevos cultivos comerciales, particularmente las frutas y hortalizas de exportación (aguacate, limón, mango, plátano, melón, fresa, pepino, repollo, cebolla) tuvieron, desde entonces, problemas en el mercado. En un inicio, los aco-

piadores se ocupaban de transportarlos hacia la frontera, y más tarde (en la misma década de los cincuentas) participaron en la búsqueda de nuevos mercados para esos productos, entre ellos, el tianguis de Ciudad Guzmán. Una vez logrado esto, los acopiadores comenzaron también a dedicarse a la producción de frutas y legumbres. En la actualidad, combinan las diversas formas de acopio descritas.

Con referencia a la mercancía de "calidad exportación" que a veces se encuentra en sus puestos en el tianguis, ellos explican que se trata de bienes comprados a productores que no lograron enviar su producción al exterior, debido al cierre de las fronteras u otros contratiempos.

Respecto a la "mercancía pachanga", que ciertamente en sus puestos del tianguis reviste características particulares debido a que son productos que apenas registran defectos en el estado físico, inapreciables por el consumidor²¹, nos comentan lo siguien-

te. Ellos adquieren esa mercancía cuando la producción total o parcial de una parcela no satisfizo los criterios internacionales y ni siquiera los nacionales en cuanto a calidad. Estas son las condiciones que explican la presencia de esos productos en el mercado guzmanense.

Los estudios de caso anteriores, que han tratado de mostrar las estrategias operativas de los proveedores más directos del tianguis, han permitido ilustrar algunas de las condiciones y funciones de los mismos.

Los transportistas independientes

dad Guzmán predominan, pues, los términos locales, como p.e., "mercancía pachanga". Héctor, uno de los pocos expertos en este tema casi desconocido, también me definió conceptualmente cada uno de los estados de calidad de la mercancía perecedera que circula en los mercados interno y externo. (La tesis de Héctor, que contiene sus afirmaciones sobre el tema de las calidades, se cita en la "Bibliografía de Mercados", al final de este volumen). En Ciudad Guzmán, como mencioné, la "mercancía pachanga" sólo presenta algunos defectos en el estado físico. Por ejemplo, el mango Kent, que no ha crecido al tamaño estipulado por el código internacional, pero que es comestible y que, de hecho, reúne lo indispensable en cuanto a color, sabor y olor.

²¹ La "mercancía pachanga", también conocida a nivel nacional como de "cuarta calidad nacional" y "cotoarra" tiene defectos de calidad, en el estado físico, o bioquímico del producto, y se destina generalmente al ganado y a la agroindustria. Datos de Héctor Stanley Glower, quien amablemente me orientó en el empleo de los términos técnicos usuales en el mercado nacional; en Ciu-

y la minoría de los bodegueros buscan mercados a los productos rechazados en el mercado internacional y nacional y además apoyan a una agricultura comercial que está en situación de incertidumbre, al operar con la política de precios bajos que descansa en sacar cada vez más mercancía al mercado, como es la producción de Tecomán, (Col.), Apatzingán, Sahuayo y Zamora (Mich.).

En el caso de la empresa hortelana el tianguis de Ciudad Guzmán ha sido el vehículo que ha favorecido su desarrollo, y lo mismo puede decirse de los demás pequeños productores de hortalizas de la Laguna de Zapotlán.

El nuevo modelo de vinculación del tianguis con respecto a zonas de producción, emergió a raíz de un fenómeno general en el Sur del Occidente mexicano: *la expansión y especialización de la agricultura comercial*.

Desde la década de los sesentas (después de la inauguración de la carretera pavimentada Guadalajara-Colima, en 1958) el Sur de Jalisco se define como una región eminentemente forrajera orientada a los mercados de las industrias de alimentos balanceados extrarregionales (ACCO, Api Aba y Purina en La Piedad Cabadas (Mich. y Guadalajara). Desde los cincuentas, el estado de Colima, y particularmente el municipio de Tecomán, se convierten en una región frutícola orientada a la exportación. Y, en la misma década, una parte del estado de Michoacán se transforma en una región hortelano-frutícola

abierto al mercado nacional e internacional.

La vinculación interregional promovida por el tianguis fue posible al incrementarse la demanda de productos alimentarios en Ciudad Guzmán. A esta demanda respondieron inmediatamente los acopiadores de producción que operaban en los estados vecinos, y que desde los cincuentas andaban buscando mercado.

La vinculación del Sur de Jalisco con el estado de Colima es quizás menos novedosa que la que se da con el poniente de Michoacán. Ciudad Guzmán desde hace mucho tiempo tiene lazos estrechos con la capital colimense, al funcionar como lugar de paso obligado para dirigirse a Guadalajara. Esto lo atestigua la actividad de los arrieros a la vuelta del siglo; ellos llevaban coquito de aceite y otros productos de la costa al tianguis y a Guadalajara. Pero con el poniente de Michoacán, particularmente con Apatzingán, la capital del Sur de Jalisco quizás nunca registró conexiones tan directas como ahora.

CONSIDERACIONES FINALES

Aunque a lo largo de este trabajo se han presentado algunas conclusiones, se pretende ahora resumir las más importantes. He querido mostrar las implicaciones que entraña la transición de un mercado semanal central en una dimensión temporal y en relación a una economía regional. El

tianguis guzmanense, en su primera fase, permitía la captación y exportación de productos almacenables (maíz) y fue un instrumento de hacendados y acaparadores locales, y no una institución un tanto marginal al servicio exclusivo de los campesinos. Los tianguis regionales, en la primera fase, eran, en términos económicos *mercados de origen*, a partir de los cuales se drenaba mercancía hacia canales comerciales más complejos, ubicados en Guadalajara y la ciudad de México. Se vio cómo la región perdió sus bases de autosuficiencia por la vinculación creciente con la economía nacional (el ferrocarril; luego el período de sustitución de importaciones y las carreteras) y que el Estado contribuyó en gran medida a este proceso. El Estado, en última instancia, subvencionó la cruzada por la agricultura comercial monoprodutora. En la siguiente fase, el tianguis sirvió a la introducción de varios tipos de productos, particularmente víveres frescos, y está bajo el control de capitales agrícolas y comerciales localizados fuera de la región. Así, los mercados semanarios regionales se han convertido en *mercados de destino* de las zonas de producción y de las grandes centrales de abastos extrarregionales, cuya preocupación estriba en encontrar y consolidar mercados.

El Sur de Jalisco se caracteriza por haber sido, en un primer momento, una fuente de alimentos orientada a satisfacer mercados foráneos o nacionales, y por exhibir ahora necesi-

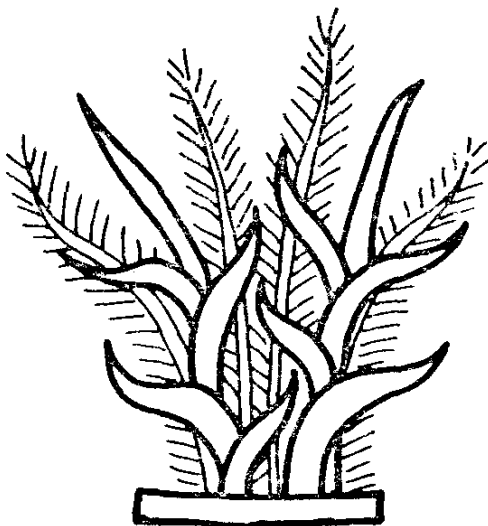
dades urbanas en cuanto al abastecimiento de alimentos. Esta problemática no ha sido suficientemente abordada en México, al menos, desde el punto de vista de los mercados semanarios. Al revisar la literatura antropológica latinoamericana encontré un solo estudio que describe una situación semejante en el noreste del Brasil. Se trata del trabajo de Forman y Riegelhaupt (1970), quienes en el sistema regional de mercados de dicha área encuentran una serie de plazas con diversos estados de desarrollo comercial. Su análisis se hace sobre una base sincrónica, y consecuentemente, aborda problemas diferentes a los que aquí señalo. Sin embargo, nuestros trabajos comparten el interés por el estudio de la evolución de los mercados y sus implicaciones para la estructura productiva agrícola.

Por todo lo expuesto, el nuevo tianguis de Ciudad Guzmán emerge ante condiciones muy específicas. Cuando debido a una agricultura comercial monoprodutora desaparecen los alimentos de la región, y cuando otras regiones altamente especializadas, en este caso las de Colima y Michoacán, aprovechan el vacío y las demandas urbanas incrementadas para colocar sus productos.

El apoyo que el tianguis presta a zonas de producción extrarregionales y a huertas locales, posiblemente va a ser afectado por las nuevas condiciones que se presentan en Ciudad Guzmán. Está por inaugurarse una central de abastos formal, que sus-

tituirá definitivamente al tianguis. Es muy probable que la formalización de las actividades mayoristas —que se está realizando a favor de los intereses de los bodegueros tapatíos— afecte negativamente la relación de fuerzas entre los proveedores tiangueros. Los productores y acopiadores directos (pequeños productores, transportistas independientes y algunos de los bodegueros directamente vinculados al campo) deberán renunciar a sus posiciones al enfrentarse a un bloque monopólico inflexible. Ellos verán reducida su participación: su actividad comercial será seguramente controlada

y absorbida por nuevos bodegueros locales que estarán ligados al Mercado de Abastos de Guadalajara, que controla el comercio fijo de la región y del vecino estado de Colima. Esto de no ser neutralizado, puede provocar deterioros en la estructura productiva agrícola local y la de Michoacán y Colima, propiciando un alza de precios para el consumidor. Lo que ya es casi un hecho; la construcción y el funcionamiento de una central de abastos formal implica costos que siempre absorberá el último eslabón de la cadena del intercambio: *el consumidor*.



CUADRO I
LAS CATEGORIAS DE VENDEDORES DE PERECEDEROS EN EL TIANGUIS
GUZMANENSE Y EN OTROS MERCADOS SEMANARIOS DE MEXICO*

Ciudad Guzmán	Oaxaca (Beals)	Centro del país (Villarreal)	Michoacán (Durstón)	El Mezquital (Paré)
1. pequeño productor (término local: productor, huertero)	propio	pequeño productor		pequeño productor (define que es campesino)
2. transportista "a" o independiente. (término local: transportista)			camionero independiente	
transportista "b" o agente de central de abasto (término local: este mismo, y mayorista)		comisionista		mayorista
transportista "c" (otros) (término local: transportista)				
3. bodeguero (término local: este mismo)	comerciante	bodeguero	tendero	mayorista
4. comisionista de tiempo completo (término local: comisionista)	comisionista			comisionista
5. locatario (término local: este mismo)	casetero	locatario	comerciante permanente de tiempo completo del mercado de menudeo local	
6. comisionista de medio tiempo (término local: se desconoce)				

* Este cuadro se hizo para ubicar al lector. Como se ve, hay variación en la nomenclatura de acuerdo al sitio geográfico, al tipo de mercado semanal (vgr. mercado novedoso o "introducción" versus mercado campesino) y al autor. La terminología relativa al tianguis guzmanense se aplica al período (1976-1977). Las citas sobre los demás mercados semanales fueron tomadas de Beals (1975: 286, 288), Villarreal (1971: 311, 314, 317, 318), Durstón (1976: 64, 79, 94, 103), y de Paré (1975: 85), cuyas referencias se localizan en la "Bibliografía de Mercados", al final de este volumen.

CUADRO II
NUMERO DE EMPRESAS DE VENDEDORES DE LEGUMBRES Y FRUTAS
EN EL TIANGUIS GUZMANENSE

Categorías	Introduidores	Revendedores	Vendedores (Subtotal)
L E G U M B R E S			
pequeños productores	34		34
transportistas	32		32
bodegueros	3		3
comisionistas T.C.	8		8
locatarios	1	22	23
comisionistas 1/2 T.		23	23
SUBTOTAL	78	45	123
F R U T A S			
pequeños productores	3		3
transportistas	15		15
bodegueros	6		6
comisionistas T.C.			
locatarios	1	24	25
comisionistas 1/2 T.		8	8
SUBTOTAL	25	32	57
TOTAL	103	77	180 (empresas)

Fuente: Investigación directa. Se trata de las empresas que asistieron en forma permanente al tianguis de 1976 a 1977 y que conforman el padrón en el cual se basó la investigación.

CUADRO III
DEFINICION DE LAS CATEGORIAS DE VENEDORES PRESENTES
EN EL TIANGUIS GUZMANENSE, 1977 (SINTESIS)*

1. PEQUEÑO PRODUCTOR

Bajo esta categoría general ubiqué a los vendedores locales y regionales que llevan su producción al mercado. En su gran mayoría ellos se trasladan junto con su mercancía en camiones de pasajeros de segunda clase al tianguis. Son sobre todo de sexo masculino (aunque entre los vendedores hortelanos también hay mujeres). En el tianguis guzmanense manejan entre 0.5 y 3 ton de mercancía.

2. TRANSPORTISTA

Los hay de tres tipos, y se identifican en tanto que su eje de actividad sea el traslado de mercancía en vehículos que ellos mismos manejan.

El transportista "a" o independiente de empacadoras agroindustriales y de bodegas de centrales de abastos, acopia mercancía en zonas de producción (donde bajo diversos mecanismos compra, y en algunos casos, produce), y a veces compra cantidades mínimas en centrales de abastos y en el tianguis. Vende el grueso del volumen en mercados semanarios. Posee o alquila vehículo de transporte. Los transportistas independientes son extrarregionales (michoacanos, colimenses, guanajuatenses), de sexo masculino y manejan en el tianguis guzmanense entre 6.5 y 20 ton de mercancía.

El transportista "b", agente o empleado de un bodeguero del Mercado de Abastos de Guadalajara, traslada y vende mercancía de esa central a mercados semanarios y a mercados públicos y municipales. Maneja un vehículo propiedad del bodeguero patrón. Los transportistas "b" son extrarregionales (de Guadalajara), de sexo masculino y manejan entre 17 y 20 ton de mercancía en el tianguis central.

El transportista "c" (otros), compra mercancía en difentes centrales de abastos (Zamora, Sahuayo y a veces Guadalajara) siempre en donde "los productos estén más baratos". Los traslada y los vende en el tianguis central y en comercios fijos de los alrededores. (En cuatro de cinco casos conocidos, los transportistas "c" son dueños de bodega en otra localidad regional: Sayula). Poseen y alquilan vehículo de transporte. Los transportistas "c" son de la región, principalmente de sexo masculino y manejan en el tianguis entre 6.5 y 16 ton de mercancía.

3. BODEGUERO

Se identifican porque poseen un local (bodega) en permanente operación, en donde venden al mayoreo y menudeo, y porque poseen o alquilan un vehículo de transporte. La mayoría se surte sobre todo en el Mercado de Abastos de Guadalajara, y un grupo minoritario se abastece, principalmente en zonas de producción (en donde participa como comprador, y en algunos casos, también como productor). Todos los bodegueros tienen residencia local y son de ambos sexos (la bodega frecuentemente es atendida por la esposa), pero los que se surten en Guadalajara son de origen regional mientras que la minoría abastecida en zonas de producción es particularmente colimense. Los bodegueros manejan en el tianguis un volumen de 10.5 a 80 ton.

4. COMISIONISTA DE TIEMPO COMPLETO

Acopia mercancía en el Mercado de Abastos de Guadalajara y la vende en los mercados semanarios. Carece de vehículo y contrata flete, transportándose personalmente en camión de pasajeros de segunda clase. En la central de abastos no tiene proveedor fijo y compra según el lema de "donde esté más barato". También compra en el tianguis a los proveedores mayores (transportistas y bodegueros) pagándoles una vez que ha vendido la mercancía. Los comisionistas de tiempo completo son regionales, exclusivamente varones y manejan en el tianguis un volumen de 2.5 a 3 ton.

5. LOCATARIO

Tiene como principal eje de actividad un local(es) en el mercado público adyacente al tianguis. Se abastece localmente comprando, en primer lugar, a los agentes de centrales de abastos y a los pequeños productores. En menor medida, compra a los demás introductores. Los locatarios en su mayoría son de residencia y origen local. Son, a su vez, de ambos sexos, aunque predominan las mujeres en el giro de legumbres. En el tianguis manejan entre 0.5 y 7 ton de mercancía.

6. COMISIONISTA DE MEDIO TIEMPO

Es una actividad de subempleo. La comisionista (generalmente una mujer) compra mercancía a cualquier proveedor en el tianguis y la vende exclusivamente los días de tianguis. Durante el resto de la semana, se dedica a otras actividades como el lavado y planchado de ropa. Las comisionistas de medio tiempo son de residencia local, y manejan hasta 0.5 ton de mercancía.

* Información procedente de Veerkamp (1981). Los volúmenes citados son semanales y estandarizados, no reales. Véase (id: 126, y el Cuadro 1.2 del Apéndice).

CUADRO IV
FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE LOS VENEDORES DEL TIANGUIS.
SUBDIVISION DE LOS MISMOS EN INTRODUCTORES Y REVENDEDORES

Categorías	Obtienen su mercancía de:
1. pequeño productor	— ellos mismos (producción en la parcela).
2. transportista	
a) independiente	— compras en la parcela. — ellos mismos (producción en la parcela). — a veces, centrales de abastos y en el tianguis.
b) agente	— Mercado de Abastos de Guadalajara.
c) otro	— centrales de abastos (Zamora, Sahuayo y Guadalajara).
3. bodeguero	
a) los 5 más vinculados a centrales de abastos ^a	— Mercado de Abastos de Guadalajara.
b) los 4 más vinculados a zonas de producción ^b	— compras en la parcela (estos 4 casos). — ellos mismos (producción en la parcela) (2 casos). — mercado público de Colima (sólo pequeñas cantidades) (los otros 2 casos).
4. comisionista de tiempo completo	— Mercado de Abastos de Guadalajara. — introductores en el tianguis.
5. locatario ^c	— transportista "b" en el tianguis. — pequeño productor en el tianguis. — otros introductores en el tianguis.
6. comisionista de medio tiempo	— a cualquier introductor en el tianguis.

De aquí se establece que las primeras cuatro categorías corresponden a introductores de mercancías, y que las últimas dos se refieren a revendedores.

Fuente: Investigación directa en el tianguis guzmanense, 1976-1977.

^a Varios de estos cinco bodegueros realizan también compras en la parcela. (En los estados de Baja California, Sinaloa, Veracruz y Tamaulipas). Los vínculos que mantienen con las zonas de producción son laxos, ya que sólo participan en compras en pie (CEP), y se abstienen de mayores compromisos con el sector productivo. En cambio, registran una filiación muy directa con el Mercado de Abastos de Guadalajara; uno de estos bodegueros consignados es concesionario de los camiones de reditas adscritos a dicha central.

^b Don Reynaldo, otro bodeguero, se desvía un poco de la norma. Se abastece también en la central de abastos tapatía, pero esto es debido a que maneja un producto altamente perecedero y demandado, el jitomate, y necesita tener surtido en la bodega. En realidad, don Reynaldo se identifica más con zonas de producción, y también participa en la rebaja de precios. (Por ejemplo, remata el repollo que él produce).

^c De un total de cuarenta y ocho locatarios, hay dos casos excepcionales. Se trata de las dos empresas de locatarios más grandes (cada una maneja un poco más de 6.75 ton semanales). Son introductores, pues van hasta el Mercado de Abastos de Guadalajara, seleccionan y pagan su mercancía, contratan flete y reciben los bultos el martes en el tianguis. En este mercado semanal sólo compran algunos productos necesarios o de oferta a cualquier introductor.

NOTA: Como se advierte en la tesis (1981), los nombres de los informantes son ficticios. En este trabajo, he mantenido los mismos seudónimos.

CUADRO V
VOLUMEN DE LEGUMBRE Y FRUTA INTRODUCIDO SEMANALMENTE
EN EL TIANGUIS, POR CATEGORÍAS DE VENEDORES

Categorías de Introdutores	Legumbre (ton)	Fruta (ton)	Total (ton)	
pequeños productores	25.35	1.20	26.55	
transportistas				
"a" (surtidos en zonas de producción)	257.00	243.75	500.75	} 564.75
"b" (surtidos en el Mercado de Abastos de Guadalajara)	18.50		18.50	
"c" (surtidos en centrales de abastos michoacanas)	45.50		45.50	
bodegueros				
(introducciones del Mercado de Abastos de Guadalajara)	195.00	77.50	272.50	} 412.5
(introducciones de zonas de producción)		140.00	140.00	
comisionistas de T.C.	22.00		22.00	
locatarios	6.75	6.75	13.50	
TOTAL	570.10	469.20	1 039.30	

Fuente: Veerkamp (1981:133,134) y nuevas desagregaciones realizadas a partir de id (Cuadro I.2 en el Apéndice).

Se trata de montos estimados que fueron obtenidos a través de entrevistas, la observación directa y de la aplicación de medidas estandarizadas a nivel de las 103 empresas introductoras. Ciudad Guzmán, 1977.

CUADRO VI
VOLUMEN DE LEGUMBRE Y FRUTA INTRODUCIDO SEMANALMENTE
EN EL TIANGUIS, POR ORIGEN GEOGRAFICO

Origen Geográfico de la mercancía	Legumbre (ton)	Fruta (ton)	Total (ton)	(%)
Región				
(municipios aledaños a Ciudad Guzmán)	25.35	1.20	26.55	2.55
Zonas de producción extrarregionales				
Apatzingán, Sahuayo, Zamora (Michoacán)				
estados de Colima y Guanajuato ^a	257.00	243.75	500.75	640.75 61.65
estados de Baja California, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Colima ^b		140.00	140.00	
Centrales de abastos de Sahuayo y Zamora (Michoacán)	45.50		45.50	4.38
Mercado de Abastos de Guadalajara	242.25	84.25	326.50	31.41
TOTAL	570.10	469.20	1 039.30	99.99

Fuente: el cuadro V anterior.

^a introducciones de transportistas "a".

^b introducciones de bodegueros.

BIBLIOGRAFIA

- Arroyo Alejandro, Jesús (1980) "Migración y formación de mercados de trabajo en México y en Jalisco". En *Jalisco*, Núm. 3, octubre-diciembre. Guadalajara, México.
- De Alba, Manuel (1977) Informe preliminar de trabajo de campo. (Síntesis del desarrollo económico y demográfico de Amacueca). (Mimeo).
- De la Peña, Guillermo (1977) "Industrias y empresarios en el Sur de Jalisco: notas para un estudio diacrónico". En De la Peña, G. et al, *Ensayos sobre el Sur de Jalisco*. Cuadernos de la Casa Chata, Núm. 4, CIS-INAH, México.
- (1979) "Empresarios en el Sur de Jalisco: un estudio de caso en Zapotlán el Grande". En Beato, G. et al, *Simposio sobre empresarios en México, vol. II: Intermediación. Fracciones étnicas de clase. Contextualización regional*. Cuadernos de la Casa Chata, Núm. 22, CIS-INAH, México.
- (1980) "Evolución agrícola y poder regional: el Sur de Jalisco". En *Jalisco*, Núm. 1, abril-junio. Guadalajara, México.
- Díaz, Blanca (1977) Informe de trabajo de campo. (Una economía lacustre. La Laguna de Zapotlán). Antropología, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México. (mimeo).
- Díaz, Erasto (1977) "Notas sobre el significado y el alcance de la economía campesina en México". En *Comercio Exterior*, vol. 27, Núm. 12 (Número especial, titulado Estructura agraria, economía campesina y otros temas rurales), diciembre. México.
- Forman, Shepard & Riegelhaupt, Joyce (1970) "Market place and marketing system: toward a theory of peasant economic integration". En *Comparative Studies in Society and History*, vol. 12, (págs. 188-212).
- González Chávez, Humberto (1981) *Terratenientes, campesinos y empresarios capitalistas. Un estudio socioeconómico local: Amacueca, Jal.* Tesis de licenciatura de Antropología Social. Universidad Iberoamericana, México, D.F.

- González de la Rocha, Mercedes y Escobar, Agustín (1979) *Centralización e intermediación. Las agroindustrias del Sur de Jalisco*. Tesis de licenciatura de Antropología Social. Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Hewitt de Alcántara, Cynthia (1978) *La modernización de la agricultura mexicana: 1940-1970*. Siglo XXI Editores, México, D.F.
- Marroquín, Alejandro (1957) *La ciudad mercado (Tlaxiaco)*. UNAM, Imprenta Universitaria, México, D.F.
- Paré, Luisa (1975) "Tianguis y economía capitalista". En *Nueva Antropología*, año 1, Núm. 2 (págs. 85-95), ENAH, México, D.F.
- Rosales, Margarita (1979) *Los intermediarios agrícolas y la economía campesina*. Centro Regional del Sureste, INAH. Colección Científica SEP-INAH, Núm. 80, México, D.F.
- Safa, Patricia (1979) *Empresarios agrícola-ganaderos de Zapotlán el Grande*. Tesis de licenciatura de Antropología Social. Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Veerkamp, Verónica (1977) "El mercado informal y la industria: el caso de Ciudad Guzmán". En De la Peña, G. et al, *Ensayos sobre el Sur de Jalisco*. Cuadernos de la Casa Chata, Núm. 4, CIS-INAH, México.
- (1981) *La comercialización y distribución de productos agrícolas a partir de un mercado semanal: el tianguis de Ciudad Guzmán, Sur de Jalisco*. Tesis de licenciatura de Antropología Social. Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Womack Jr., John (1978) "La economía en la revolución (1910-1920). Historiografía y análisis". En *Nexos*, año 1, Núm. 11 (págs. 3-8), México.

