

# COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS EN EL TIANGUIS DE AMECAMECA, ESTADO DE MÉXICO

*Dora Ma. Sangerman-Jarquín*  
Colegio de Postgraduados, México  
sangerman.dora@inifap.gob.mx.  
*Micaela de la O Olán*  
INIFAP, México  
navarro468@yahoo.com.mx.  
*Katia A. Figueroa Rodríguez*  
Colegio de Postgraduados, México  
fkatia@colpos.mx  
*Agustín Navarro- Bravo*  
INIFAP., México  
navarro468@yahoo.com.mx.

Recepción: 21 Octubre 2022  
Aprobación: 25 Mayo 2023



Acceso abierto diamante

## Resumen

En América Latina aproximadamente la mitad de las mujeres en edad laboral no cuenta con ingreso propio, este escenario no es diferente en México, lo anterior tiene unos de sus orígenes en la asignación de comportamientos de modelado de los roles femeninos. En los últimos años los ingresos laborales de las mujeres contribuyen significativamente a la superación de la pobreza de un número importante de hogares. Esto no es un fenómeno nuevo debido a que, en los hogares en comunidades rurales, han existido los empleos complementarios con la actividad agropecuaria. El objetivo de la investigación fue determinar la dinámica de las mujeres propietarias de comercios de hierbas aromáticas con la finalidad de analizar la importancia de las mujeres rurales en la actividad y su aporte a la economía familiar. Durante 2019 se realizaron 55 encuestas semiestructuradas a mujeres comerciantes de plantas aromáticas en el tianguis de Amecameca, Estado de México. Con los datos obtenidos se construyó una cadena de suministro y los datos restantes se analizaron mediante estadística descriptiva. Las conclusiones refieren a que los tianguis son áreas geográficas donde se desarrollan las relaciones sociales y económicas necesarias para la subsistencia local en el que destacan la comercialización de plantas aromáticas, donde en su totalidad es realizado por mujeres. Esta actividad ha sido transmitida de generación en generación a través de los vínculos familiares madres e hijas, por lo que se encuentra ampliamente arraigada al género, observándose por lo menos tres generaciones inmersas en la actividad.

**Palabras clave:** Género, ingreso familiar, tianguis, trabajo informal, vendedoras.

## Abstract

In Latin America approximately half of the women of working age do not have their own income, this scenario is no different in Mexico, the above has one of its origins in the assignment of modeling behaviors of female roles. In recent years, the labor income of women has contributed significantly to overcoming poverty in a significant number of households. This is not a new phenomenon because, in households in rural communities, there have been complementary jobs with agricultural activity. The objective of the research was to determine the dynamics of women who own aromatic herb shops to analyze the importance of rural women in the activity and their contribution to the family economy. During 2019, 55 semi-structured surveys were carried out on women merchants of aromatic plants in the tianguis of Amecameca, State of Mexico. With the data obtained, a supply chain was built, and

the remaining data was analyzed using descriptive statistics. The conclusions refer to the fact that the tianguis are geographical areas where the social and economic relations necessary for local subsistence are developed, in which the commercialization of aromatic plants stands out, where it is entirely carried out by women. This activity has been transmitted from generation to generation through mother and daughter family ties, so it is widely rooted in the genre, observing at least three generations immersed in the activity.

**Keywords:** Gender, family income, street markets, informal work, vendors.

## INTRODUCCIÓN

Las mujeres rurales, representan una cuarta parte de la población mundial, ya que trabajan como agricultoras, asalariadas y empresarias. Labran la tierra y plantan las semillas que alimentan naciones enteras (ONU, 2020). Además, garantizan la seguridad alimentaria de sus poblaciones y apoyan con estrategias a sus comunidades frente al cambio climático. En México viven 14.7 millones de mujeres en localidades rurales (menores de 2 500 habitantes). Ellas representan 22.7% del total de las mujeres y 11.7% de la población total del país (ENADID, 2018).

Si bien en los últimos años la tasa de participación de la mujer en el mercado laboral ha incrementado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2021), durante el último trimestre de 2021, la tasa de participación de las mujeres en el mercado laboral en México fue de 42%, comparada con 74% de los hombres, una de las brechas más altas de América Latina.

Los datos de la línea de base SAGARPA (2008), muestran situaciones polarizadas en sentido económico y social entre la región centro, que es la parte en la que se realizó la investigación y la región noroeste, la heterogeneidad está presente al interior de cada región, las unidades económicas rurales (UER) con jefatura femenina en el centro, sureste y bajío podría dar indicios de un contexto económico productivo de agricultura con un peso significativo de la agricultura de carácter minifundista.

Las familias con niveles de salarios más bajos tenderán a diversificar los perceptores de ingreso, incentivo que se instala de manera preferencial en la mujer, contingente de reserva en la familia como lo refieren autores como Bentancor y Modrego (2011); Rodríguez y Muñoz (2015). Los hogares más pobres tendrán una mayor inestabilidad laboral, aunado a salarios que serán menores, lo cual influye en las aportaciones del núcleo familiar.

El tianguis, mercados ambulantes que se establecen en la vía pública, es una institución económica compleja porque integra agentes económicos, lugares, medidas y transacciones mercantiles caracterizados por el intercambio de bien por dinero, bien por bien y bien por servicios. Cada transacción está matizada por los atributos socioculturales de los sujetos, los productos de la región y las relaciones sociales que establecen entre ellos (Licona, 2014). El concepto de tianguis viene del término náhuatl ‘tianquiztli’ que significa el día en que se reunían los productores de los alrededores de un pueblo para vender o intercambiar sus productos.

El sitio recibía el nombre de ‘tianquizco’, con el sufijo co que significa lugar, su uso lo ha transformado en tianguis como lugar como lugares de intercambio en donde ocurren fenómenos resultantes del medio ecológico, de la cultura, de las características de las plantas silvestres, semidomesticadas o domesticadas utilizadas y en forma parcial, del medio socioeconómico Hernández et al. (1983).

Los tianguis suponen un área geográfica donde se desenvuelven las relaciones sociales y económicas necesarias para la subsistencia local, es así que el tianguis de Amecameca es un área comercial donde las mujeres establecen las relaciones de amistad, solidaridad, apoyo, hermandad, sororidad, etc., para el acompañamiento y desarrollo de las actividades de abasto y distribución de bienes y servicios, comerciales y sociales para la venta el desarrollo tal como lo explica Licona, (2014) y Hernández et al. (1983), en donde este último resalta las relaciones ecológicas y sociales, así como el intercambio o venta de plantas (silvestres, semi domesticadas o domesticadas entre las que destacan las plantas aromáticas por su gran variedad) como medio de ingresos.

Las hierbas aromáticas y especias se dan indicios por su importancia en la historia alrededor del mundo. Lo maravilloso de las hierbas aromáticas y especias en las cocinas como pueden ser la cocina tradicional, nouvelle cuisine, creativa, alta cocina, cocina fusión, de vanguardia y de autor(a), radica en que añaden sabor a los alimentos (McGuee, 2014). Así como, son utilizadas en la cocina de casi todos los continentes por sus cualidades aromáticas y condimentarias. Las cinco cocinas más importantes en el mundo son: francesa, china, japonesa, india y mexicana y en todas ellas se utilizan las hierbas aromáticas y especias.

Por ejemplo, en la cocina francesa las especies y hierbas aromáticas más importantes son tomillo, orégano, ajedrea, romero, salvia, estragón o el perejil, entre otras (Poinel, 2013). En la cocina japonesa jengibre, cilantro, menta y algunas especies de albahaca son sin duda las hierbas más populares asociadas con la cocina asiática (Satake, 1989). En la cocina mexicana las hierbas tradicionales son: cilantro, hierbabuena, orégano, perejil, epazote, laurel, albahaca, romero, hierba santa y tomillo, según la SAGARPA (2016).

El objetivo de esta investigación fue documentar la dinámica de las mujeres propietarias de comercios de hierbas aromáticas, mediante la cadena de suministro y técnicas de estadística descriptiva con la finalidad de analizar la importancia de las mujeres en la actividad y sus aportes a la economía familiar.

## MATERIAL Y MÉTODOS

### Zona de estudio

#### Técnicas para la obtención de datos de campo

Una vez definido los datos a determinar en las variables, el segundo paso fue seleccionar las fuentes, técnicas e instrumentos para su obtención. Uno de los criterios de selección es que las mujeres fueran propietarias de comercio encargadas de distribución de hierbas aromáticas. Las técnicas utilizadas fueron: encuesta y entrevistas y observación directa. El tamaño de la muestra fue 55 vendedoras al azar a la cual se le aplicó una encuesta semiestructurada en 2019 durante los días de tianguis (miércoles y domingo). El análisis estadístico fue descriptivo tomando las frecuencias absolutas y relativas de cada variable.

Con los datos obtenidos se procedió a construir mediante un mapeo la cadena de suministro de la actividad de distribución de hierbas aromáticas. En la Figura 1 se observa el mapeo que de acuerdo con las entrevistas realizadas a las vendedoras de las plantas aromáticas que son ofrecidas en el tianguis de Amecameca, Estado de México, tienen funciones para la economía, perfumería y cosmética, medicinal, comercial, alimentaria y culinario.



**Figura 1**

Mapeo de hierbas aromáticas en el municipio de tianguis de Amecameca, Estado de México.

Adaptación de: <http://cmap.ihmc.us/>.

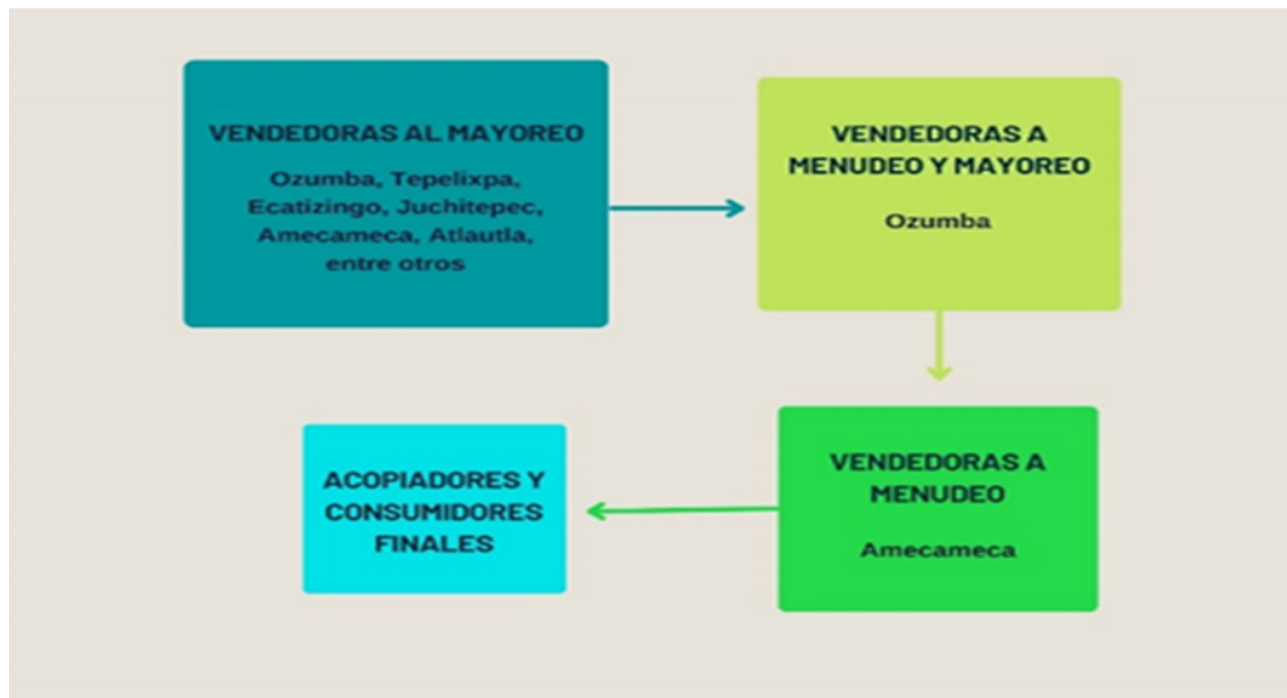
## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Estructura por edades. La edad promedio de las mujeres es de 57.4 años. Los datos para la jefatura de familia muestran que en las regiones con alto nivel de marginación como es el caso de este municipio se encuentran con la población más joven de Pablo et al. (2017), y en las regiones de bajo y medio nivel de marginación las edades promedio están ligeramente por arriba de la media nacional general.

El Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES, 2021) señala que 56% de las mujeres rurales en el país se encuentra en situación de pobreza; sufren 2 de cada 3 muertes maternas y tienen en promedio 2.4 años menos de escolarización que las mujeres que viven en núcleos urbanos. Tienen, además, menor acceso a la tierra y a programas de financiamiento y capacitación para su desarrollo como agricultoras. Para el caso de estudio el acceso a la tierra es mínimo; toda vez que la mujer posee 17.8%, el resto 82.2% la propiedad es de los esposos, abuelos o de sus hijos, que han heredado de padres o abuelos.

La producción agropecuaria. La situación productiva del género refiere a estos rasgos sobresalientes; es decir, en 68.6% se dedica a actividades agropecuarias con sus esposos y el resto 38.4% se diversifica en actividades como la silvicultura y ganadería, el comercio o algún negocio de belleza o una tienda de abarrotes y venta de productos por catálogo. Como se pudo observar la principal actividad productiva es la agricultura que es en donde se circunscribe la producción de plantas aromáticas.

El tianguis de Amecameca cuenta con una gran diversidad de productos y servicios, uno de los que más resaltan es la venta al menudeo de frutas y hortalizas en los que destacan las hierbas aromáticas, la cual casi en su totalidad es realizado por mujeres. En la (Figura 2), se describe la cadena de suministros de la actividad de distribución de hierbas aromáticas, se observó de manera clara el proceso de aprovisionamiento.



**Figura 2**

Cadena de suministro de plantas aromáticas en el tianguis de Amecameca, Estado de México.  
Trabajo de campo.

Se observó que aquellas mujeres propietarias de comercios encargados de la distribución de hierbas aromáticas se encuentran en una posición privilegiada de la cadena de suministro teniendo contacto directo con los acopiadores y consumidores finales y por lo tanto tienen información privilegiada sobre gustos y preferencias del consumo de hierbas aromáticas. Dentro de la actividad existen más de 70 especies comercializadas, existiendo algunas que venden ‘sobre pedido’, ya que algunas especies tienen carácter de estacionalidad, de esta manera los negocios complementan la venta de hierbas aromáticas mediante la venta de otros productos tales como frutas y hortalizas regionales y de temporada (Figura 3).



**Figura 3**

Algunas de las especies de hierbas aromáticas que se venden en el tianguis de Amecameca (toloache, pirul, cedrón, albahaca, perejil y pirul).

Las mujeres dedicadas a la venta de hierbas aromáticas (Cuadro 1) se resumen las características y percepciones que tienen sobre la actividad, se encuentran resaltadas aquellas respuestas que tiene la mayor frecuencia relativa dentro de cada variable.

**Cuadro 1**

Características y percepciones de las mujeres propietarias de comercios de hierbas aromáticas en Amecameca Estado de México

VARIABLE		FRECUENCIA (N)	PORCENTAJE (%)
Lugar de procedencia de la comerciante	Amecameca	10	50.0
	Atlautla	1	5.0
	Ozumba	4	20.0
	Tepelixpa	5	25.0
Otras localidades de venta de los productos	Ninguno	3	15.0
	Chalco	5	25.0
	Ixtapaluca	1	5.0
	Ozumba	11	55.0
De donde aprendió la actividad	Familiar	20	100.0
Estado civil	Casada	20	100.0
Involucra a sus hijos en la actividad	No	8	40.0
	Si	12	60.0
Los niños estudian	No	3	15.0
	Si	17	85.0
Estatus de la actividad	Creciendo	4	20.0
	Decreciendo	2	10.0
	Estancada	14	70.0
Recibe apoyo del gobierno	Si, Prospera	20	100.0
La actividad económica es formal	No	20	100.0
Es rentable la actividad	Si	3	15.0
	Solo de subsistencia	17	85.0
Problemática percibida	Materia prima	12	60.0
	Inseguridad	8	40.0

trabajo de campo (2019).

Las mujeres encargadas de la venta de hierbas aromáticas se encuentran en su totalidad casadas y tienden a involucrar a sus hijos e hijas en la actividad, estos niños y niñas estudian, aunque la tendencia es que el género femenino herede la actividad, tal como lo muestra 100% de apropiación de la actividad por parte de la madre. Esto demuestra que esta actividad se transmite de generación en generación; a través, de los vínculos familiares madres e hijas, por lo que se encuentra ampliamente arraigada al género (Figura 4).



Figura 4.

Vendedoras de hierbas aromáticas en el mercado de Amecameca, Estado de México.

Aunando a lo anterior, se pudieron observar por lo menos tres generaciones (abuelas, madres e hijas) presentes en la actividad de distribución de hierbas aromáticas al menudeo, esto no excluye al trabajo masculino en la actividad, ya que estos últimos aportan fuerza de trabajo en la cosecha y transporte del producto tal como lo afirma Estrada (2003), donde la forma de organización ha sido modificada, de esta manera que permite maximizar las fuentes de ingreso familiar.

Estas mujeres comerciantes en su mayoría perciben el estancamiento de la actividad lo que ellas expresan como “*esta triste la venta*”, perciben la actividad solo de subsistencia, por lo que solo representa un apoyo complementario en la economía familiar, esto coincide con los hallazgos reportado por Arellanes y Casas (2011), que los ingresos provenientes de la comercialización de plantas aromáticas se usan en su mayoría para la satisfacción de necesidades familiares, reinversión y como apoyo a la fuente principal de ingreso familiar.

Las mujeres comerciantes en su mayoría perciben el estancamiento de la actividad lo que ellas expresan como ‘esta triste la venta’, perciben la actividad solo de subsistencia, por lo que solo representa un apoyo complementario en la economía familiar, esto coincide con los hallazgos reportado por Arellanes y Casas (2011), que los ingresos provenientes de la comercialización de plantas aromáticas se usan en su mayoría para la satisfacción de necesidades familiares, reinversión y como apoyo a la fuente principal de ingreso familiar. Lo anterior, refuerza lo referido por Abramo (2004), en donde afirma que el trabajo e ingresos laborales de las mujeres contribuyen a amortiguar y superación de la pobreza en los hogares y es de esta última afirmación donde recae la importancia de la inclusión de las mujeres en el mundo laboral ya sea de manera formal o informal, así también lo señalan (Appendini y Quijada, 2016; BM, 2017).

## CONCLUSIONES

Las unidades jefatura femenina muestran grandes disparidades de ingreso hacia su interior; no obstante, las mujeres realizan estrategias de sobrevivencia relevantes para aportar al ingreso familiar, como es el caso de la venta de plantas aromáticas.

Las interacciones espaciales, sociales y económicas que se encuentran presentes en el tianguis de Amecameca suponen un espacio- oportunidad para el intercambio y venta de productos entre los que destacan las plantas aromáticas, este nicho es ocupado tradicionalmente por mujeres. La producción y abasto de los insumos

necesarios para llevar a cabo la actividad proceden de áreas locales, esto es un área importante de oportunidad debido al potencial e integración de la actividad y a la posible detonación de la actividad dentro de la región y donde el género jugará un papel fundamental ya sea en los procesos de producción, acopio y comercialización de plantas aromáticas.

El género está involucrado en esta actividad y arraigado por los vínculos familiares de madres e hijas, habiendo hasta tres generaciones realizando esta actividad, lo cual revela la fortaleza de la actividad y el potencial a futuro de este tanto en el ámbito económico y social. Se tiende a las comidas más sanas y seguir implementando la medicina tradicional lo que implica las plantas medicinales, de ahí la importancia de la inclusión de las mujeres en el mundo laboral ya sea de manera formal o informal.

A los tomadores de decisiones se sugiere involucrar a las mujeres de estas comunidades en proyectos con recursos económicos, que implique actividades de cultivo, reproducción de plantas que ya conoce o de nuevas y rescate de otras plantas ancestrales y ponga ese gran bagaje de conocimiento que tienen en pro de la sociedad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramo, L. 2004. ¿Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de trabajo secundaria? *Estudios feministas, Florianópolis*. 12(2):224-264.
- Appendini, K. and Quijada M. G. 2016. Consumption strategies in Mexican rural households: pursuing food security with quality. *Agriculture and Human Values*. 33(2):439-454.
- Arellanes, C. y Casas F. A. 2011. Los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán: antecedentes y situación actual. *Asociación Nueva Antropología* 4(74):93-123.
- Bentancor, A. y Modrego F. 2011. Estrategias de sustento de los hogares rurales y su evolución: análisis de cuatro países latinoamericanos (Ed.). Chile: Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo rural. 3-33. pp.
- BM. 2017. Banco Mundial. Understanding and measuring social capital a multidisciplinary tool for practitioners. <http://documents.worldbank.org/curated/en/221161468741319675/understanding>. 1-280 pp.
- de-Pablo, V. J.; Capobianco, M. y Uribe, T. J. 2017. Vulnerabilidad laboral de la mujer rural latinoamericana. *Nósis. Revista de Ciencias Social y Humanidades* 26(52):130-151.
- ENADID. 2018. Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). <https://www.inegi.org.mx/programas/enadid/2018/>.
- ENOE. 2021. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe\\_n\\_presentacion\\_ejecutiva\\_0721.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_n_presentacion_ejecutiva_0721.pdf).
- Estrada, I. M. 2003. Venta de alimentos y organización familiar en Tres Marías, Morelos. *Estudios del hombre* 17(9):185-205.
- Hernández, X. E., Vargas N. A., Gómez H. T. Montes M. J. y Brauer G. F. 1983. Consideraciones etnobotánicas de los mercados en México. *Revista de Geografía Agrícola* 4:13-28.
- INMUJERES. 2021. Instituto Nacional de las Mujeres. Plataforma observatorio. <http://estadistica-sig.inmujeres.gob.mx/formas/index.php>.
- Licon, V. E. 2014. Un sistema de intercambio híbrido: el mercado/tianguis la Purísima, Tehuacán-Puebla, México. *Antípoda* 18:137-163.
- McGuee, H. 2014. La cocina y los alimentos, enciclopedia de la ciencia y la cultura de la comida. Madrid, España (Ed) 8a. Debate. 409-941 pp.
- ONU. 2020. Mujeres. ONU México lanza la campaña #es lo justo: el trabajo del hogar es un empleo digno. México, DF. 1-33 pp.
- Poinel, B. 2013. Polyculture-élevage et plantes médicinales. Réseau de fermes ressources agriculture biologique plantes à parfum, aromatiques et médicinales. 1-7. pp.
- Rodríguez, C. G. y Muñoz J. S. 2015. Participación laboral de las mujeres rurales chilenas: tendencias, perfiles y factores predictores. *Cuadernos de Desarrollo Rural* 12(75):77-98.
- SAGARPA. 2008. Secretaría de Agricultura Ganadería, Pesca y Alimentación. Base para la evaluación de los programas levantamiento de la línea de SAGARPA. 45-51. pp.
- SAGARPA. 2016. Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. México, rico en variedad de hierbas y especias. Ambos productos son los principales responsables del sabor único de gran variedad de platillos típicos de nuestro país. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/mexico-rico-en-variedad-de-hierbas-y-especias>.
- Satake, Y. 1989. Wildflowers of Japan, woody plants. [ci.nii.ac.jp](http://ci.nii.ac.jp).



**Disponible en:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14178277007>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante  
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la  
academia

Dora Ma. Sangerman-Jarquín, Micaela de la O Olán,  
Katia A. Figueroa Rodríguez, Agustín Navarro- Bravo  
**COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS EN EL  
TIANGUIS DE AMECAMECA, ESTADO DE MÉXICO**

*Revista Mexicana de Agronegocios*

vol. 52, p. 427 - 434, 2023

Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.

, México

salomon.moreno@unison.mx

**ISSN:** 1405-9282