



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
**IIGG** | **GINO**  
**GERMANI**  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

*Odisea. Revista de Estudios Migratorios*  
Nº 7, 1 de Octubre de 2020. ISSN 2408-445X

## **Las actividades comerciales de migrantes mazahuas en Aguascalientes, México (1970-2020)**

Jorge Alberto Rodríguez Herrera\*

Fecha de recepción: 06-03-2020  
Fecha de aceptación: 29-05-2020

**Resumen:** Se analizan las actividades comerciales desarrolladas por indígenas mazahuas desde la década de 1970 en el Estado de Aguascalientes a partir de la propuesta conceptual de franquicia social. A través de un estudio cualitativo apoyado en la etnografía, se constata que dichas actividades se sostienen y reproducen gracias a las relaciones de paisanaje, parentesco y compadrazgo, así como en la transversalización de tres principios: confianza, flexibilidad y mantenimiento de redes de relaciones sociales entre las comunidades de origen y los lugares de destino.

**Palabras clave:** Franquicia social; migración indígena; migración interna.

**Title:** Commercial activities of Mazahuas migrants in Aguascalientes, México, 1970-2020.

**Abstract:** The commercial activities developed by indigenous Mazahuas since the 1970s in the state of Aguascalientes are analyzed from the conceptual proposal of social franchise. Through a qualitative study supported by ethnography, it is found that activities are sustained and reproduced thanks to the paisanaje, kinship and compadrazgo, as well as the mainstreaming of the three principles: trust, flexibility and maintenance of networks of social relations between communities of origin and places of destination.

**Keywords:** Social franchise; indigenous migration; indigenous migration.

---

\*\*Doctor en Ciencias Sociales. Investigador posdoctoral. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Universidad de Guadalajara (UDG). México. E-mail: anjor2002@gmail.com

## **Introducción**

El presente trabajo, que forma parte de un proyecto posdoctoral más amplio sobre actividades comerciales y formas de inserción urbana de migrantes indígenas iniciado en 2018, se enmarca en un debate teórico en torno a las formas de inserción laboral de inmigrantes de minorías étnicas que emprenden negocios o desarrollan actividades comerciales por cuenta propia en las sociedades de destino. Se aborda el caso de migrantes indígenas mazahuas que a lo largo del siglo XX y lo que va del XXI han emprendido negocios y actividades comerciales en áreas urbanas de México.

La migración ligada al comercio ha sido importante en las formas de vida de los pueblos indígenas de México. Se ha documentado que en distintos pueblos indígenas se sostuvo una migración de carácter regional a lo largo del siglo XIX (Rubio, *et al.*, 2000). Hasta las primeras dos décadas del XX, los movimientos migratorios indígenas eran de carácter estacional, ligados a los ciclos ceremoniales-agrícolas de sus lugares de origen y siempre con retornos.

Desde la década de 1930 algunos indígenas que emigraron a las grandes ciudades, debido a conflictos postrevolucionarios, comenzaron a desarrollar actividades por cuenta propia (Arizpe, 1978). Gracias a estos pioneros se fueron desarrollando redes que permitieron la inserción urbana de nuevos migrantes, por lo regular familiares y vecinos de sus comunidades de origen (Arizpe, 1975).

A partir de la década de 1940, los desplazamientos migratorios internos de población rural, incluida la indígena, estuvieron relacionados con los procesos de urbanización e industrialización impulsados en México con el modelo de desarrollo por sustitución de importaciones (Cárdenas, 2014). En general, los migrantes indígenas, entre ellos los mazahuas, se insertaron en las grandes ciudades a "actividades físicamente agotadoras, mal pagadas, poco prestigiosas y al margen de cualquier sistema de seguridad social" (Oehmichen, 2015:180). Por ejemplo, los varones como albañiles o cargadores en el mercado de la Merced de la Ciudad de México; las mujeres como empleadas domésticas y vendedoras ambulantes (Chávez, 2008).

Hasta la década de 1960 hubo condiciones estructurales favorables en grandes ciudades, como la de México, que atrajeron a los migrantes. Después de esa década comenzaron a modificarse, se dificultó encontrar empleo y aumentó el sub-empleo (Arizpe, 1975). Esto estimuló un incremento en las actividades por cuenta propia en la década de 1970, siendo el comercio ambulante una de las actividades predilectas de los indígenas. En la década de 1980 alrededor del 11%, unos 600 mil indígenas vivían en otro lugar distinto al de su origen (Nolasco, 1987). Apenas el 0,3% (alrededor de 20 mil) se dedicaba al comercio, y más del 90% (6 millones) de la población indígena en México tenía como primer componente económico las actividades agropecuarias de subsistencia (Nolasco, 1987).

A partir de la década de 1990 se intensificó la migración indígena y cambiaron los flujos migratorios expandiéndose a ciudades de diversos tamaños por toda la geografía nacional (Cárdenas, 2014). Esto está relacionado con la adopción de un modelo de desarrollo neoliberal que significó el abandono del sector agropecuario de subsistencia por lo cual esas actividades dejaron de garantizar el sustento y la reproducción familiar, y las familias rurales dependía cada vez más de subsidios e ingresos que los obligaban a migrar (Arias, 2009).

Actualmente se han expandido las actividades comerciales entre migrantes de diversos pueblos indígenas. Rubio et al (2000) han constatado una dinámica de desplazamientos migratorios indígenas que abarca un universo de 112 ciudades grandes, medianas y pequeñas, en donde una de las actividades que desempeñan los migrantes es el comercio.

Pese a la relevancia que han cobrado las actividades por cuenta propia como forma de inserción laboral para los indígenas migrantes, en México son escasas las investigaciones que abordan esta problemática. Se pueden mencionar cuatro estudios que se aproximan a la inserción laboral en actividades comerciales de migrantes indígenas. Dichos estudios han abordado casos de migrantes pertenecientes a tres pueblos: purépechas de Michoacán que se dedican a la venta en tianguis (concentración de puestos instalados un día de la semana en las calles de alguna colonia en donde se ofrecen una variedad de productos) (Bayona, 2007) y purépechas dedicados

a la fabricación y venta de muebles de madera en la Zona Metropolitana de Guadalajara (Flores et al., 2017); nahuas de Hidalgo, vendedores de fruta en la misma urbe (Flores y Pérez, 2017); y, mazahuas del Estado de México dedicados a la jarriería (artículos de limpieza para el hogar elaborados originalmente con fibras vegetales y más recientemente con plástico) (González, 2017). Desde distintas perspectivas sus análisis coinciden en la importancia del capital social como un recurso clave para iniciar, sostener y reproducir las actividades comerciales.

Si bien esos estudios aportan elementos importantes sobre migrantes insertados laboralmente en actividades por cuenta propia, si se considera la diversidad étnica de México -68 pueblos indígenas, cada uno con un bagaje cultural distintivo-, y la expansión de las actividades comerciales entre los migrantes, todavía hace falta ampliar el conocimiento y explicar cómo emprenden y organizan sus actividades comerciales según el pueblo de pertenecía; cómo despliegan los recursos socioculturales cruciales para sus emprendimientos; y, cómo se articulan las redes de parentesco, compadrazgo y amistad en que se sostienen sus actividades.

Se considera que la propuesta conceptual de franquicia social permite enmarcar teóricamente el caso de los mazahuas, adaptando algunos elementos que se detallan en el siguiente apartado. Así, el objetivo de este trabajo es analizar, desde la propuesta de franquicia social, las actividades comerciales que los migrantes mazahuas han desarrollado desde la década de 1970 en el Estado de Aguascalientes, México.

### **La franquicia social**

La propuesta conceptual de franquicia social fue desarrollada por Arias (2017) a partir de una adecuación de la teoría de la economía étnica para abordar casos de migrantes rurales mexicanos que en los siglos XX y XXI se desplazaron a distintas ciudades del país donde emprendieron distintos negocios.

La noción de economía étnica alude a empresas, negocios o actividades comerciales en que los empleadores y trabajadores comparten una misma etnicidad (Güell, Parella y Valenzuela, 2015). Es una alternativa a los estudios sociológicos que privilegiaban una aproximación

asimilacionista sobre los inmigrantes en Estados Unidos según la cual estas minorías estaban destinadas a ocupar empleos poco calificados y mal remunerados (Herranz, 2007). En contraste, a partir de la década de 1970 se comenzó a desarrollar un corpus teórico que constataba la existencia de varios modos de integración laboral, diversas vías de movilidad social y distintos procesos de asimilación, destacando formas de incorporación autónoma y empresarial de grupos étnicos de inmigrantes como una vía para ascender socialmente (Portes y Manning, 1985). Esta teoría se ha ampliado y ajustado al contexto europeo incorporando distintos elementos de acuerdo a las especificidades de las minorías étnicas y a los factores culturales o estructurales, entre otros (Güell, Parella y Valenzuela, 2015).

Como punto de partida Arias retoma el término de economía étnica propuesto por Beltrán y Sáiz entendida "como el estudio de actividades económicas con un considerable índice de propiedad o control de las mismas por parte de grupos minoritarios cuyo origen se encuentra en procesos migratorios" (Arias, 2017:10). Asimismo, adopta de la economía étnica tres conjuntos de factores que potencian y definen la actividad empresarial: estructurales, individuales y socioculturales.

Los factores estructurales van en la línea del modelo integrador y su versión europea de imbricación mixta propuesto por Kloosterman, et al. (1999), que resulta del esfuerzo por conciliar lo estructural y lo cultural (Güell, Parella y Valenzuela, 2015). Desde esta perspectiva se explica la tendencia al emprendimiento étnico centrándose en las peculiaridades del grupo étnico y la estructura de oportunidades en la sociedad de destino.

Las características individuales de los migrantes internos son abordadas por Arias a partir de su interrelación con elementos culturales que caracterizan a los individuos. Estas características son resaltadas en las economías étnicas por autores como Portes y Zhou (1996), quienes han mencionado la importancia de migrantes dispuestos a trabajar arduamente convirtiéndose en un modelo a seguir por otros migrantes.

Si bien los dos primeros factores son importantes en la propuesta, Arias da mayor peso a los factores socioculturales, lo que se refleja en la definición de franquicia social como "modelo de negocio que se basa en la

maximización de recursos sociales y culturales ante la ausencia de recursos monetarios” (Arias, 2017:7). Este tipo de factores se han discutido en el desarrollo teórico de la economía étnica, donde coinciden distintos autores (Portes y Manning, 1985; Portes, 1998; Beltrán, Oso y Ribas, 2007), en la dependencia del capital social y los recursos étnicos como base del éxito de las iniciativas por cuenta propia de los inmigrantes.

A partir de la importancia que presta a los recursos socioculturales de los migrantes, Arias traza una diferencia conceptual entre la franquicia comercial, que implica una relación entre el propietario de una marca y otra persona que paga por los derechos para comercializarla, y la franquicia social que reúne cinco condiciones: 1) el comienzo de los negocios es a través de relaciones personales de confianza basadas en las comunidades de origen; 2) los establecimientos son de un mismo giro, fueron iniciados y permanecen en poder de vecinos de la misma localidad de origen; 3) el manejo de los negocios se aprende y reproduce entre paisanos; 4) la dedicación de los empresarios a los negocios es una forma de autoexplotación; 5) los trabajadores se reclutan con base en relaciones de paisanaje, parentesco, amistad y compadrazgo anclados en los lugares de origen (Arias, 2017). Estas condiciones se sostienen gracias a la transversalización de tres principios: “confianza, flexibilidad y mantenimiento de relaciones y redes de relaciones sociales entre las comunidades de origen y las poblaciones de destino” (Arias, 2017:23).

Desde sus orígenes las investigaciones que se apoyan en la teoría de la economía étnica han abordado casos de minorías étnicas conformadas por inmigrantes internacionales. La propuesta de franquicia social se amplía en tres sentidos: abarca a migrantes empresarios que no forman parte de una minoría étnica; los empresarios rurales participan en flujos migratorios internos. En el contexto mexicano Arias incluye a migrantes exitosos y aquellos que inician y mantienen sus negocios en dimensiones modestas.

Para abordar el caso de los mazahuas es necesario ampliar la propuesta conceptual de franquicia social y clarificar alcances conceptuales considerando cinco elementos:

Primero. A diferencia de los migrantes empresarios mestizos que no forman parte de una minoría étnica, los indígenas de México, entre ellos los

mazahuas, han enfrentado un proceso de etnización que los ha colocado en condiciones de minoría estigmatizada y marginalizada (Oehmichen, 2015). Estos procesos de etnización difieren de los abordados en la economía étnica que en general ha centrado su atención en casos de inmigrantes internacionales. Los mazahuas han enfrentado los procesos de etnización en su territorio, pertenecen a un pueblo indígena, pero son mexicanos. Cuando es necesario evitar actos de discriminación ocultan los elementos observables de su identidad étnica para confundirse físicamente con la población mestiza, pero los utilizan para mostrar su "distinguidad étnica en contextos de interacción específicos" (Oehmichen, 2015: 397).

Segundo. La intensa movilidad geográfica implicada en las actividades comerciales de los mazahuas ha dado lugar a una configuración espacial extensa no considerada en la propuesta de franquicia social, que solamente toma en cuenta dos puntos geográficos (origen y destino) en donde se articulan las relaciones. En las discusiones teóricas más recientes de la economía étnica se ha sugerido ampliar las conceptualizaciones que proponían la concentración geográfica de actividades empresariales étnicas (por ejemplo el enclave étnico de Portes y Manning, 1985) hacia unas caracterizadas por mayor porosidad, fluidez y extensibilidad (Güell, Parella y Valenzuela, 2015). El concepto de comunidad extendida que Oehmichen (2015) retoma de Kemper resulta adecuado para abordar la intensa movilidad geográfica implicada en las actividades comerciales mazahuas. De acuerdo con la autora, el lugar de origen es un referente fundamental de la identidad grupal, por lo que la desterritorialización física que enfrentan los migrantes no se extiende a lo simbólico afectivo. Se trata de comunidades extendidas "que se ubican en más de un espacio y región y que, sin embargo, suelen gravitar en torno a un territorio ancestral o de origen" (Oehmichen, 2015:30).

Tercero. Se debe aclarar el alcance del concepto de autoexplotación retomado de la economía étnica. Apoyándose en Portes y Zhou (1996) Arias argumenta la necesidad de un enorme esfuerzo por parte de los migrantes empresarios para poner en marcha y operar los negocios: "Ellos, al principio al menos, trabajan todo el día, durante muchas horas, todos los días de la

semana, para sacar adelante los negocios” (Arias, 2017:24). Esta noción de autoexplotación no está relacionada con un diferencial entre ganancia y salario, sino con someterse a largas jornadas de trabajo, desarrollar las actividades en condiciones difíciles y hacer sacrificios para ahorrar. Esa postura se considera en este trabajo.

Cuarto. En el marco de las economías étnicas, una observación de Light (2007) se relaciona con una crítica a la manera en que algunos científicos sociales tienden a ligar éxito y autoempleo absorbiéndolo de la cultura estadounidense. Considerando que el mérito de la mayoría de migrantes indígenas radica en haber logrado garantizar, en muchos casos con dificultades, el sustento y la reproducción familiar, para el análisis del caso mazahua se ha decidido no emplear la noción de éxito, coincidiendo con Light (2007) en que no debe relacionarse automáticamente éxito y empresariado étnico.

Quinto. Una aclaración conceptual está relacionada con una distinción respecto a los subsectores en que pueden desarrollarse las economías étnicas: formal, informal e ilegal (Tienda y Raijman, 2000). En el caso de los indígenas, las actividades por cuenta propia se han desarrollado en los tres subsectores, pero se concentran en el subsector informal de la economía: producen y comercializan mercancías legales, pero no pagan impuestos, ni tienen reconocimiento oficial. Esto ha implicado una lucha constante con las autoridades que regulan el comercio, quedando expuestos a confiscación de mercancías, multas económicas o sanciones más severas como el encarcelamiento (Oehmichen, 2015).

### **Metodología**

Los datos se derivan de un estudio de corte cualitativo apoyado en la etnografía. Se realizaron registros etnográficos en diarios de campo durante una temporada de trabajo entre septiembre de 2019 y enero de 2020. Se entrevistó en profundidad a 12 migrantes mazahuas, 8 varones y 4 mujeres, quienes se dedican a la actividad comercial en distintos giros: venta de fruta preparada; elaboración y venta de artesanías; venta de jarriería, instrumentos de limpieza elaborados con fibras vegetales o plástico; venta de accesorios para automóvil; y, venta de “chácharas”, artículos de bajo precio generalmente de manufactura China. Cuatro



entrevistados fueron migrantes de primera generación llegados a Aguascalientes entre finales de la década de 1970 y finales de 1980, sus edades oscilan entre los 51 y 71 años. El resto son migrantes de segunda generación cuyos padres o abuelos migraron al Estado, con edades de los 22 a los 47 años. En la mayoría de los casos se llevó a cabo más de una sesión de entrevista con cada migrante en espacios donde desarrollan sus actividades. Se buscó coproducir con ellos relatos de vida temáticos (*life stories*) sobre sus trayectorias migratorias y laborales, la organización de su actividad comercial, así como las relaciones con otros paisanos y sus comunidades de origen que les han permitido desarrollar sus actividades comerciales.

Dadas las dificultades para localizar a los migrantes mazahuas por la intensa movilidad geográfica que los caracteriza, la dispersión de los lugares donde se asientan en la ciudad, y la renuencia inicial por participar en las entrevistas, se recurrió a la técnica de muestreo no probabilístico de bola de nieve, que suele utilizarse en investigaciones cualitativas con grupos caracterizados como difícilmente accesibles (Atkinson y Flint, 2001). A partir de un acercamiento constante y prolongado se logró ganar la confianza de los migrantes. De esa manera, el primer migrante facilitó el contacto con otro, quien a su vez ayudó a contactar a otro, y así sucesivamente.

Con el fin de dimensionar los flujos migratorios se recurrió a datos estadísticos del Atlas de los Pueblos Indígenas de México de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas; los registros del archivo del Centro de Desarrollo Indígena de Aguascalientes; y la información obtenida con una micro encuesta sobre composición del grupo familiar y migración.

### **Los mazahuas**

El territorio tradicional mazahua se localiza a 250 Km al noreste de la Ciudad de México, abarcando 11 municipios en el Estado de México y el municipio de Zitácuaro en el Estado de Michoacán (mapa 1). En el primer Estado los municipios de San Felipe del Progreso, Temascalcingo e Ixtlahuaca son los que concentran más población mazahua. Para el año 2015, el Atlas de los Pueblos Indígenas de México informó un total de

360.231 mazahuas, siendo uno de los veinte pueblos indígenas (de 68) con mayor población del país (Gobierno de México, 2020).

En la literatura sobre este grupo indígena se insiste en que su principal actividad económica es la agricultura, pero los datos de los migrantes entrevistados en Aguascalientes refieren el abandono de esta actividad desde la década de 1970, porque la producción era insuficiente para sostener a las familias (A.J., entrevista, 3-09-2019; P.J., entrevista, 7-11-2019). Los hallazgos de Arizpe (1978) en comunidades mazahuas coinciden con los relatos de los informantes, pero sugieren una incapacidad de las actividades agropecuarias para garantizar el sustento familiar desde la década de 1950. En las décadas de 1930 y 1940 las familias mazahuas podían considerarse como campesinas pues el sustento familiar se aseguraba gracias a la actividad agrícola. Para la siguiente década aumentó la demanda de tierras debido a la explosión demográfica; las parcelas que habían sido repartidas a los ejidatarios, con extensión promedio de 2,5 hectáreas en las décadas de 1920 y 1930, se habían atomizado y los herederos que alcanzaban tierra solamente contaban con terrenos, menores a una hectárea, que no garantizaban el consumo familiar anual de maíz.

Sin embargo, la multiactividad fue mencionada constantemente por los migrantes entrevistados en Aguascalientes como la estrategia que les ha permitido garantizar el sustento y la reproducción familiar. El comercio itinerante, el trabajo asalariado y la agricultura en pequeña escala han sido una constante en las formas de sustento mazahuas aunque, paulatinamente, las familias se han inclinado por las dos primeras actividades.

La incapacidad de las actividades agropecuarias para dar sustento a las familias ha sido una causa por la que se intensificaron los flujos migratorios mazahuas a partir de la década de 1950, en búsqueda de salarios e ingresos provenientes de actividades comerciales (Arizpe, 1978). Hasta la década de 1960 la Ciudad de México fue el destino predilecto de los mazahuas. Algunos establecieron negocios, otros se ocuparon como albañiles o como cargadores en el mercado de la Merced y las mujeres como empleadas domésticas y vendedoras ambulantes de fruta (Chávez, 2008). A partir de la década de 1970 los mazahuas comenzaron a buscar

nuevos destinos migratorios, extendiendo su presencia durante las siguientes dos décadas a ciudades de prácticamente todo el país, pero ahora dedicándose en su gran mayoría al comercio en distintas modalidades y giros.

Los datos disponibles en el Atlas de los Pueblos Indígenas de México sobre población para el año 2015, permiten dimensionar la intensa movilidad geográfica de los mazahuas. Si bien alrededor del 80% de la población mazahua se concentra en el territorio tradicional, el 20% restante fue censado en 492 municipios de 29 Estados del país y 16 delegaciones de la Ciudad de México. Estas estadísticas representan solamente una aproximación debido a la frecuencia con que los mazahuas se desplazan entre sus comunidades de origen y los lugares de destino, y por la condición cotidiana de movilidad geográfica de los que se dedican al comercio itinerante. Un migrante entrevistado en Aguascalientes proporcionó un dato que da idea de la dificultad para captar en los censos de población el número real de mazahuas y el lugar donde se asientan:

Ahorita el pueblo se quedó solo. Salen a lo mismo, a las ventas. Así es casi todo el año, se queda solo. Solamente el mero día de la fiesta o el día de muertos sí está lleno el pueblo. Cada quien tiene su camioneta para salir y cada quien tiene sus lugares. Hay unos que se van acá por Zacatecas, unos en Guadalajara y así en muchos lados (U.F., entrevista, 22-11-2019).

En el Estado de Aguascalientes no existen pueblos indígenas originarios. Sin embargo, en el año 2015 el Estado acogía a 8.177 indígenas, pertenecientes a 25 pueblos indígenas de México; a 798 indígenas que no especificaron la pertenencia a algún pueblo; y 331 hablantes de otra lengua indígena de América. Los grupos de migrantes indígenas más numerosos son los mazahuas y los nahuas, representando el 40% del total (CDI, 2019). El Estado figura como el sexto del país, fuera del territorio tradicional, con una presencia de 1.464 mazahuas, en su mayoría de pueblos del municipio de Temascalcingo.

Localizado en el centro de México (mapa 1), Aguascalientes es el tercer estado más pequeño del país con una población para 2015 de 1.312.544 habitantes, concentrando en la capital el 66,8% de ella (INEGI,

2015). Los mazahuas lo han elegido por tres motivos: está cerca (384 kilómetros) y bien conectado con sus comunidades de origen gracias a una red de autopistas; se vive bien porque es más tranquilo que otras partes de México; y, es un buen lugar para el comercio.

### Mapa 1: territorio de origen y destino de los migrantes en Aguascalientes



Fuente: elaboración propia tomando como base el Mapa Digital de México V6.3.0 de INEGI.

## La franquicia social en las actividades comerciales mazahuas

### *Modalidades de comercio*

Las trayectorias laborales de los mazahuas en Aguascalientes permiten identificar cinco modalidades de comercio reproducidas tanto en sus pueblos de origen como en otros estados del país:

1) Venta itinerante en distintos Estados. Esta modalidad tiene sus antecedentes en los viajes de los mazahuas a principios del siglo XX para comerciar productos en circuitos que incluían la Ciudad de México, Cuernavaca en Morelos y Quiroga en Michoacán, donde realizaban transacciones de compra-venta (Arizpe, 1978). Los migrantes de primera generación en Aguascalientes participaron en esta modalidad desde la década de 1960, atravesando prácticamente todo el país para cubrir rutas de venta. En esta modalidad un vecino del pueblo adquiere un camión pequeño. Después recurre a un paisano que tenga mercancía para que se la

facilite a crédito. Por ejemplo, en Bombaro (Temascalcingo), en la década de 1980 un vecino instaló una fábrica de anaqueles de metal para equipar comercios. Con él acudían mazahuas con camioneta que querían salir a vender. Cuando iniciaban, les daba a crédito una carga completa, la cual liquidaban a su regreso. Con las ganancias, el dueño del camión continuaba adquiriendo la mercancía. Para salir a vender reclutaba hasta 10 vecinos de la comunidad, de preferencia parientes. El siguiente registro permite conocer la forma en que organizaban los viajes:

La primera vez que me invitaron fue para vender en una ruta hasta Veracruz. Ahí recorrimos varios estados. Empezamos lo que es Puebla, durábamos unos 3 días en las ciudades. Íbamos caminando hasta donde se acabara la mercancía. Íbamos un grupo de unos 6 a 10 personas en una camioneta de 3 toneladas bien llena. Salíamos como unos 15 o 20 días. Andábamos por las calles, íbamos gritando, tocando en las casas o de repente en mercaditos... El dueño del camión invitaba a las personas que quisieran ir. A conocidos, más que nada familiares... Teníamos una ruta para Veracruz hasta donde se acabará la mercancía. Cuando teníamos la meta por decir de atravesar Veracruz y llegar a Campeche o Tabasco, por allá, aventábamos el tramo largo hasta mediados de Veracruz, de ahí empezábamos a recorrer ya para allá. O sea, nosotros nos proponíamos el tramo. Ya cuando se acababa la mercancía nos regresábamos otra vez a cargar (A.J., entrevista, 3-10-2019).

Esta modalidad es practicada por mazahuas que han cubierto una gran porción del territorio mexicano organizando rutas para comercializar una variedad de productos. González (2017) recabó información sobre 9 rutas establecidas por mazahuas originarios del municipio de San Felipe del Progreso. Esas rutas abarcan el centro-occidente y parte del norte de México. Los migrantes en Aguascalientes proporcionaron información sobre rutas que atraviesan el territorio nacional hasta Guatemala en el sur y varias ciudades del norte cercanas a la frontera con Estados Unidos.

2) Venta en pueblos de la región "ranchar". El uso del término ranchar refiere una modalidad de comercio que consiste en salir a vender a pueblos cercanos uno o varios días. Arizpe (1978) encontró que la expresión ranchar era utilizada por los mazahuas desde principios del siglo XX para referirse a una modalidad de comercio que consistía en recorrer pequeños poblados para vender. González (2017) afirmó que la expresión se sigue usando entre los mazahuas de San Felipe del Progreso para describir la

acción de salir a vender a los pueblos vecinos o cabeceras municipales. En Aguascalientes los mazahuas reproducen esta modalidad de comercio desplazándose a pueblos y pequeñas ciudades del interior del Estado y de los Estados vecinos de Jalisco y Zacatecas. Son puntos de venta cercanos, como máximo a una hora de camino saliendo de la capital del Estado, que se caracterizan por ser centros de comercio micro regionales. En Aguascalientes venden en los poblados de Cosío, Pabellón de Arteaga, Rincón de Romos, Palo Alto y Jesús María; en Jalisco en Ojuelos, Villa Hidalgo, Encarnación de Díaz y Teocaltiche; en Zacatecas en Jalpa, Ojo Caliente, Pinos y Luis Moya. Llegan en pareja o en familia. Mientras la madre se instala en algún punto del jardín o plaza principal del pueblo, los demás comercian por las calles en lugares concurridos como escuelas o mercados. Gracias a las redes de información los vendedores tienen identificadas las mejores plazas, los puntos peligrosos, las fechas de fiestas de los pueblos y los días en que se instalan los tianguis.

3) Comercio en tianguis. Una de las estrategias de los mazahuas para evitar sanciones aplicadas por inspectores municipales encargados de reglamentar el comercio ha sido afiliarse a las asociaciones de tianguistas aguascalentenses. Desde la década de 1980 varios migrantes se incorporaron a tianguis en colonias de la ciudad y plazas cercanas como Jesús María y Pabellón. Los tianguis son concentraciones de puestos instalados un día de la semana en algún punto de las colonias. Los mazahuas que se dedican a la venta de fruta preparada instalan sus carritos siguiendo tianguis en varias colonias de la capital. Otros mazahuas se desplazan a tianguis de municipios del interior del Estado como Jesús María, donde una mazahua que migró en la década de 1980 ha conservado un lugar desde mediados de la década de 1990, y actualmente lo comparte con un hijo y la nuera. En general, los mazahuas que tienen un lugar en un tianguis, enfrentaron al principio el rechazo de los comerciantes locales, pero, gracias a su persistencia, ahora tienen lugares que se traspasan entre parientes o paisanos cuando alguien decide retirarse.

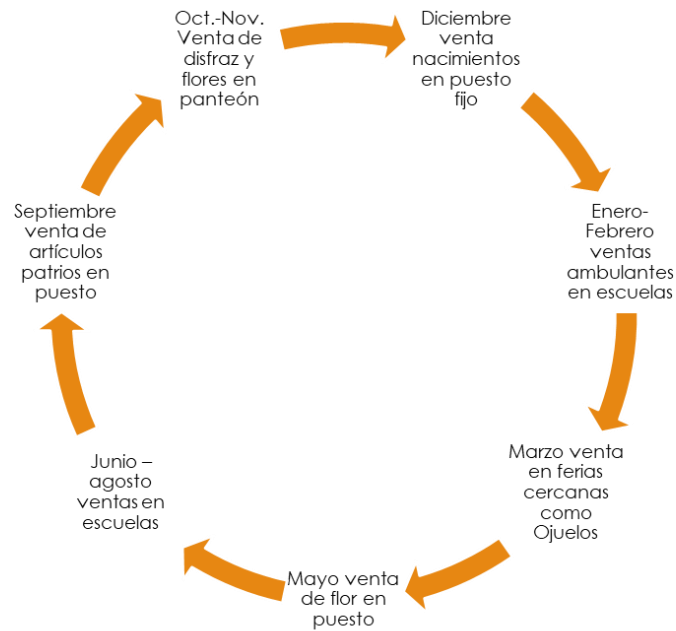
4) Venta en establecimientos fijos y puestos semi-fijos. Algunos mazahuas que migraron desde la década de 1970 lograron establecer negocios prósperos que han permitido el incremento del comercio gracias a

las redes de parentesco y paisanaje. En Aguascalientes hay tres establecimientos en el giro de la jarriería. Dos son bodegas mayoristas en el Centro Comercial Agropecuario, el más importante de la región. El otro se localiza en la colonia Haciendas de Aguascalientes al oriente de la ciudad. Sus propietarios, del municipio de San Felipe del Progreso, facilitan mercancía a crédito, préstamo o precio preferencial a paisanos que tienen puestos semifijos en el mismo Centro Comercial Agropecuario y en los mercados Jesús Terán y Juárez. También facilitan mercancías a paisanos que se dedican a la venta en tianguis de distintas colonias, y a vendedores ambulantes que recorren las calles con un carrito de carga que impulsan caminando. La importancia de los migrantes mazahuas empresarios ha sido documentada por González (2017) identificando sus establecimientos como los puntos nodales que dan forma a una red de comercio de grandes proporciones geográficas “fundada en la solidaridad primaria” (González, 2017:191).

5) Venta ambulante. Todos los migrantes entrevistados se han dedicado a la venta ambulante en alguna etapa de su trayectoria laboral. Algunos combinan la venta en puestos semifijos con la venta en cruceros de vialidades importantes, el exterior de escuelas o caminando por las calles de distintas colonias. En esta modalidad, el comerciante carga una pequeña cantidad de artículos lo que le permite desplazarse con facilidad caminando y no tener pérdidas importantes si es sorprendido por un inspector municipal, quien regularmente confisca la mercancía. La mercancía puede ser recuperada pagando una multa. Sin embargo, como estrategia, el vendedor siempre carga una cantidad de productos cuya inversión es menor que el monto de las multas, para evitar los trámites burocráticos al recuperar su mercancía.

La dedicación exclusiva a una sola modalidad de comercio se registra sobre todo en los mazahuas que tienen establecimientos fijos. Lo común es que las familias mazahuas combinen varias modalidades de comercio. Un ejemplo se aprecia en el siguiente gráfico elaborado con información de una pareja de jóvenes mazahuas que adaptan su actividad a la demanda de artículos por temporada:

**Gráfico 1: modalidades de comercio en una pareja mazahua**



Fuente: elaboración propia a partir del trabajo de campo.

Además de la combinación de modalidades comerciales, en el gráfico se observa una diversidad de artículos adaptados a temporadas de celebraciones utilizadas por los comerciantes para incrementar sus ventas: Día de Muertos, Navidad, Día del Amor y la Amistad, Día de las Madres y las Fiestas Patrias Mexicanas.

En todas las modalidades está presente la autoexplotación como forma de ahorro, aunque los migrantes no la conciben como tal, sino como un sacrificio necesario para que el negocio prospere. Todos los integrantes de la familia participan en la actividad y el aprendizaje comienza alrededor de los 6 años. Como en el caso de los migrantes purépechas que se dedican a la fabricación y venta de muebles de madera (Flores et al., 2017), algunos mazahuas consideran que en la adolescencia ya dominan la actividad. Varios migrantes entrevistados comenzaron en la niñez vendiendo chicles o dulces en los cruceros viales, y a los 15 años de edad ya salían, con permiso de sus padres, a trabajar en la venta itinerante con algún pariente que tenía camión.



Por otro lado, en el caso de los mazahuas la autoexploración incluye evitar los gastos de viaje, pago de empleados, alimentación y hospedaje. En Aguascalientes lo han logrado alojándose en albergues, rentando una vivienda entre varias familias o en cuartos económicos de viejas vecindades o pernoctando en el camión donde trasladan las mercancías durante las ventas itinerantes, aunque eso signifique enfrentar condiciones difíciles:

Aquí mismo en el camión, no se pagaba hospedaje ahí nos dormíamos y ya llegábamos en lugares... o sea para hacernos nuestro aseo sí tardábamos días. Hay veces que durábamos una semana sin echarnos un baño. Ya de repente llegábamos a algún lado donde había agua, como un río o manantial y es cuando de volada nos echábamos un baño. Y así le hacíamos. Estaba pesado (A.J., entrevista, 3-10-2019).

Hombres y mujeres trabajan por igual, cuando los hijos están en la escuela, el padre y la madre salen a las ventas, encargando a otros familiares, generalmente mujeres, el cuidado de los menores. Si es día de tianguis, por lo regular la esposa se instala en un puesto y el varón recorre las calles aledañas para ofrecer su mercancía. Cuando los niños aún no ingresan al sistema escolar, son llevados por sus padres durante las ventas. Los menores que cursan estudios participan en las ventas ambulantes durante los periodos vacacionales. Esta condición de autoexplotación extendida a toda la familia también fue observada por Flores et al. (2017) entre los muebleros purépechas de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) quienes articulan diariamente los trabajos productivos y reproductivos en los talleres-vivienda. Las mujeres se encargan del trabajo doméstico y junto con los niños liján y pintan artículos de madera.

Habitualmente los mazahuas cubren largas jornadas de trabajo. De 9 am a 5 pm trabajan en las ventas. Después surten o preparan la mercancía para salir al día siguiente, por lo que sus labores se extienden hasta las 9 pm. No tienen días de descanso, incluso si algún día no salen a vender aprovechan para surtir mercancía. En la modalidad de ventas itinerantes suelen no regresar a la comunidad hasta que terminan la mercancía, circunstancia que puede representar permanecer fuera del pueblo hasta por 30 días.

### *Giros comerciales*

La noción de giro refiere al tipo de mercancías que se comercian. Se pueden distinguir dos vertientes entre los migrantes en Aguascalientes:

1) Algunos se dedican a un giro definido, observándose que puede corresponder al barrio de origen de los migrantes, quienes se organizan a partir de redes de parentesco, compadrazgo o vecindad (ver cuadro 1).

**Cuadro 1: Giros comerciales de acuerdo al pueblo de origen**

Comunidad	Giro
Santiago Cochochitlan, Temascalcingo	Carritos de fruta y raspado Objetos de barro
San Francisco Tepeolulco, Temascalcingo	Hamacas tejidas y juguete de madera
San Juanico, Temascalcingo	Accesorio automotriz
San Felipe del Progreso	Jarciería

Fuente: elaboración propia a partir de registros etnográficos.

2) Otros son más versátiles, cambian de giro constantemente atendiendo a la demanda de los compradores y siguiendo temporadas. Los migrantes mazahuas en Aguascalientes que actualmente cambian de giro comercial de manera habitual, anteriormente se dedicaban a comercializar artesanía de barro elaborada en sus pueblos. Sin embargo, se percataron que los productos no eran demandados por los clientes de la misma manera a lo largo del año. Un ejemplo fue narrado por un migrante que se dedicaba al giro de la artesanía de barro:

Cuando llegué aquí empecé a traer cazuelas, ollas, macetas y figuras. Eran como de adorno. Pero no se venden igual todo el año. Empecé a meter varias cosas: en diciembre se sacan cosas que se venden en navidad, peluche y pirotecnia o adornos para carros, piñatitas, borreguitos, arbolitos, todo eso; después en enero traigo mesas de madera, de esas que son para servicio de la cama; en febrero y parte de marzo yo vendo papalote; abril, mayo y junio vendo parasoles para los carros; ya de junio hasta agosto o septiembre vendo limpiadores para los parabrisas, también aromatizantes; a finales de septiembre y octubre vendo la calabaza para el día de muertos (J.H., entrevista, 24-09-2019).

Esta actividad multi-giro también es alentada por paisanos mazahuas que tienen negocios establecidos con un giro específico. Los artículos mencionados por el migrante corresponden a giros de comercios establecidos por mazahuas. Es decir, a pesar de que la actividad del migrante no reúne la condición de la exclusividad del giro de la franquicia social, los que facilitan mercancías a los migrantes que combinan varios giros sí tienen establecimientos que cumplen esa condición.

Lo relevante de estas modalidades de comercio es que operan a través de formas en las que están presentes elementos de la franquicia social. A continuación se aborda su análisis a partir de ejemplos, considerando como ejes los principios de confianza, flexibilidad y mantenimiento de redes entre las comunidades de origen y los lugares de destino.

**Fotografía 1:** vendedores mazahuas originarios de Santiago Cochochitlan.





**Fotografía 2:** artesano-vendedor de hamacas originario de San Francisco Tepeolulco.

### *Confianza*

Las relaciones parentales, de compadrazgo y paisanaje permiten a los mazahuas iniciar actividades comerciales sin invertir recursos económicos gracias a la confianza que existe entre los mazahuas con comercios establecidos y los que se inician en la actividad. Esto deriva en formas de acceso a través del apoyo con alojamiento a los migrantes que recién llegan a la ciudad, préstamo de mercancía sin garantía, orientación sobre el mercado o compromisos para traspasarse negocios o puntos de venta solo entre mazahuas. La característica común de estas formas de acceso es que todas están basadas en acuerdos de palabra, no hay documentos escritos, son tratos que pueden iniciar y terminar en cualquier momento y se basan en la confianza. Los siguientes registros etnográficos muestran cómo operan algunos tratos basados en la confianza:

A veces que estoy apurado, que ya no tengo hamacas para vender, voy con Pedro, un señor ya grande que es de allá [Temascalcingo], él también es mazahua, voy y le pido accesorios para carro, me los presta y voy a vender a las calles, ya lo que venda se lo pago y lo demás se lo regreso. Así ya saco para el día (V.G., entrevista, 1-10-2019).

Él me recibió aquí cuando llegué a la ciudad. Es mi compadre, bueno también es mi primo. Llegué sin nada, venía con mi esposa y mis dos hijos. Él me dijo:

aquí te puedes quedar compadre hasta que te acomodes. Yo traía unos mechones [trapos para limpiar carrocerías de auto] para vender, pero como que se pasó la moda y ya no los vendía. Entonces mi compadre me dijo: por qué no vendes lo mismo que nosotros. Me fió un carrito que él ya no usaba, me dijo dónde surtir la fruta y así empecé con este negocio (A.J., entrevista, 3-10-2019).

Yo aquí lo compré, era de un primo. Él también vendía fruta... un hermano, más chico que yo, me dice: fíjate que el primo vende su lugar. Le digo: ¿en dónde? Allá en Madero. Me dijo que le buscara un cliente, a ver quién lo quería. Y ya fui a buscarlo y le pregunté: ¿Qué estás vendiendo el lugar? Sí, me dijo. Pues a mí me interesa. Pues órale, ahí está. Y ya, así quedamos. Yo ya tengo dos años aquí. Hasta ahorita todavía no arreglamos el traspaso del milugar en municipio porque todavía le falta un año a mi primo para que se cumpla el traspaso. Supuestamente tiene que haber una antigüedad de 15 años. Oficialmente es de él. Pero él ya ni viene, nomás me dijo que ya el día que quiera que hagamos el cambio, vamos a municipio (M.J., entrevista, 5-11-2019).

En los registros se identifican tres condiciones de la franquicia social, intersectadas por el principio de confianza. 1) Gracias a la relación de paisanaje se genera una relación de confianza que permite el acceso del migrante a la mercancía sin desembolsar dinero o realizar el pago completo posteriormente, es decir, los recursos socioculturales suplen a los recursos económicos para iniciar un negocio. El préstamo de mercancía es una especie de transacción de mercancía a consignación pero en este caso todo el trato es de palabra. 2) En el segundo relato se clarifica una forma en que los negocios de un mismo giro son reproducidos entre paisanos, de preferencia parientes o con relación de compadrazgo. Al mismo tiempo se puede conocer la manera en que operan las redes de relaciones que permiten la inserción de nuevos migrantes a las ciudades. 3) El tercer registro narra un traspaso de un punto de venta entre paisanos. El migrante que traspasa el lugar lo ofrece a los familiares para que corran la voz entre paisanos, es decir, los giros permanecen en poder de los mismos mazahuas por venta o traspaso. También en esta transacción opera el principio de confianza, pues el titular del lugar continuó siendo el dueño oficial, sin la urgencia por parte del pariente de formalizar el trato ante las autoridades municipales.

### *Flexibilidad*

A diferencia de las franquicias comerciales basadas en contratos formales entre las cadenas y quienes las adquieren, Arias (2017) resalta la importancia que tienen las formas de asociación flexibles al suplir con capital social la falta de recursos económicos para desarrollar los negocios. En el caso de las actividades comerciales de los mazahuas, las asociaciones flexibles corresponden a arreglos heterogéneos que incluyen formas de asociación para el acceso a mercancías y el pago a paisanos reclutados para trabajar en el negocio. Ejemplos de estas asociaciones flexibles son la forma de pago a los paisanos en la modalidad de comercio itinerante y el acceso a la mercancía entre los mazahuas que se dedican al comercio de accesorios para auto.

En el primer ejemplo, cuando un vendedor es invitado por el dueño de un camión para salir a vender y no tiene experiencia, se llega a un acuerdo en el que se pacta un pago por todo el viaje independientemente del volumen de venta que pueda lograr el pariente reclutado. Cuando se trata de vendedores con alguna experiencia en ventas, el arreglo consiste en ofrecer un pago por comisión, es decir, de cada producto vendido el dueño del camión le da un porcentaje al vendedor. Finalmente, cuando el invitado por el dueño del camión es un vendedor experto, el acuerdo consiste en que el dueño del camión le da la mercancía a un precio y el vendedor la vende al precio que mejor le parezca. Hay vendedores que han desarrollado gran habilidad, logrando vender los productos a más del doble. El siguiente relato constata la flexibilidad con que se pactan estos arreglos:

Le trabajábamos a alguien. Ellos nos ponían un precio... o igual depende cómo se acomodaba la persona. Un ejemplo: si usted me dice: véngase a trabajar conmigo. O sea la mercancía es de usted, y me dice: vente a echarme la mano. Y ya usted me propone: ¿Cómo quieres trabajar? ¿Te pago por día o por el viaje? O ¿Te pongo precio de las cosas? Y ya tú lo vendes en otro precio y te ganas lo tuyo (A.J., entrevista, 3-10-2019).

El segundo ejemplo corresponde a la manera en que los mazahuas dueños de establecimientos consolidados en el giro de accesorios para auto ponen en circulación la mercancía entre familiares o paisanos mazahuas que se inician o realizan ventas en menor escala. Este es uno de los giros en los

que se ha consolidado una cadena que incluye a comerciantes en distinta escala. El pueblo de San Juanico en Temascalcingo es conocido por las bodegas de accesorios para auto que surten a los comerciantes mazahuas que migran a diferentes ciudades para ofrecerlos en camionetas que estacionan en avenidas importantes. También hay mazahuas que se dedican a la venta ambulante comercializando diariamente los accesorios que pueden cargar caminando. En este giro se identifican dos formas de arreglos flexibles: el préstamo de mercancía y el crédito. La primera forma consiste en que un migrante pide mercancía prestada al dueño de una camioneta para comercializarla a través de la venta ambulante. Es un arreglo entre paisanos basado en la palabra, sin adelantos monetarios o garantías y sin requerir la firma de un documento. Por lo regular, la mercancía se pide al día. El migrante sale a vender y la mercancía que le queda es regresada al dueño, paga los productos que vendió y se queda con una ganancia. Esta forma de asociación flexible es de suma importancia para los mazahuas que recién llegan a la ciudad sin una actividad comercial propia y sin trabajo, o que por algún motivo fracasaron en la actividad comercial que desarrollaban, pues permite iniciar un negocio sin invertir.

La segunda forma consiste en la facilidad que tiene el migrante para acceder a un crédito sin garantías que le permite contar con mercancía para desarrollar su actividad. Se diferencia de la primera forma porque la mercancía no se devuelve al dueño del establecimiento, pero se fijan plazos que se adaptan a la frecuencia de las ventas. Se trata también de un arreglo basado en la confianza a través del cual el dueño del establecimiento otorga un trato preferente gracias a las relaciones de paisanaje:

Luego ya me quise independizar, seguirle yo solo y conseguí unas cositas, por decir tapetes para carro, cubre asientos, cubre volantes, desodorantes, o sea lo que era para carro. Allá lo surtía, hay una bodega de donde vienen a comprar aquí en Guadalajara y allá mismo surten de mayoreo. Es en un pueblo cercano. Está en un lugar que se llama San Juanico. Muchos lo traen de allá. Como les dan crédito, ya conforme van vendiendo les van depositando de a poquito (A.J., entrevista, 3-10-2019).

Lo que caracteriza estos arreglos flexibles es que “se adecuan a los cambios en las vicisitudes y trayectorias de vida” (Arias, 2017:14), permitiendo a los migrantes que recién llegan a la ciudad sortear los problemas que surgen con el proceso de inserción urbana. Sin olvidar que existen variadas formas de asociación flexibles en las modalidades y giros de comercio, aquí solamente se tomaron dos ejemplos de la manera en que operan los recursos socioculturales que han permitido a los mazahuas desarrollar actividades comerciales.

#### *Mantenimiento de relaciones y redes sociales*

Hasta la década de 1980 algunos migrantes mazahuas tenían que cumplir con cargos comunitarios o civiles como las delegaciones ante el municipio, o en el comisariado ejidal, o religiosos ligados al ritual agrícola para la celebración del santo patrono de su pueblo. Las normas comunitarias se fueron adaptando a los ritmos migratorios y se permitió que un familiar del migrante -padre, esposa o hijos mayores- cumpliera con las responsabilidades del cargo. Las estancias prolongadas, ya no solo del padre, sino de familias completas fuera de sus pueblos, terminaron por eximir de los cargos a muchos migrantes. Actualmente regresan a las fiestas de su pueblo para venerar a sus santos, encontrarse con familiares, pero ya no tienen responsabilidad de organizarlas.

A diferencia de otros migrantes indígenas, cuyos lazos con las comunidades se basan en gran medida en compromisos ceremoniales comunitarios, los mazahuas mantienen sus relaciones a partir de la celebración de eventos familiares como bautizos, bodas, cortejos fúnebres. A pesar de la distancia entre pueblos de origen y ciudades de destino, cuando una pareja va a bautizar a un hijo, busca a algún mazahua del pueblo como padrino del niño. Si el padrino también es migrante, organizan la celebración en el pueblo.

Estos lazos también son sostenidos por las actividades comerciales que desarrollan los migrantes, cuya importancia se debe a que están supliendo formas antiguas de relaciones articuladas gracias a los cargos rituales. Por ello González (2017) ha propuesto la existencia y sostenimiento de una red de paisanaje entre los migrantes y sus comunidades de origen gracias al comercio.



Esa red se sostiene gracias a pequeñas fábricas instaladas en los pueblos de origen, y a los productores de artesanías que surten a los mayoristas mazahuas que salen a vender en sus camionetas o han migrado a distintos destinos del país. El siguiente registro ilustra lo anterior:

Todo es de allá, pura gente mazahua. Son barrios o son pueblos donde venden las cosas. Los venaditos de paja los hacen en un pueblo que se llama San Bartolo, los arbolitos de herrería sí son de ahí mismo de Santiago Cochochitlan, ya tiene años que los hacen. Son fábricas donde los hacen, también allá se hacen los anaqueles en Bombaro, también hacen barriles para el agua, de todo eso que vendemos, allá lo hacen. Es pura gente mazahua. Todos dan crédito nomás a los conocidos (U.F., entrevista, 21-11-2019).

Cuando las mercancías que comercializan no son producidas en los pueblos de origen, son los migrantes con negocios establecidos en ciudades del país los que las facilitan a sus paisanos. Finalmente, "Hoy, las comunidades mazahuas son comunidades extraterritoriales, en el sentido de que se han extendido en el espacio geográfico, han traspasado las fronteras regionales... y se han re-territorializado en una multiplicidad de lugares urbanos de México..." (Oehmichen, 2002: 123).

Un ejemplo de esa expansión geográfica de las comunidades mazahuas ha sido analizado por Durin y Pernet (2010) entre los mazahuas asentados en los municipios de Monterrey y Escobedo en el Estado de Nuevo León. Gracias a un recurso crucial que es la identidad étnica, los mazahuas han logrado organizarse para luchar por espacios de venta e integrar "vecindarios étnicos". Es decir, han logrado reproducir en la ciudad de destino la organización espacial del pueblo originario basada en barrios: "las familias oriundas de Boshésda viven en La Esperanza, Escobedo; las de Bombaro y Santiago Cochochitlan ahora residen en distintas colonias dentro del sector de la Alianza, Monterrey..." (Durin y Pernet, 2010: 112). Estas familias mazahuas asentadas en Monterrey, según los mismos autores, han logrado mantener la pertenencia a sus comunidades de origen gracias a las prácticas matrimoniales entre barrios de los pueblos asentados en Temascalcingo y a la participación en sus sistemas de cargo tradicionales. Esa misma pertenencia étnica es la que les ha permitido organizar una actividad comercial en las ciudades, apoyándose en los lazos familiares, de compadrazgo y paisanaje.

## **Conclusiones**

Los negocios y actividades comerciales desarrolladas por migrantes mazahuas gracias a las redes de relaciones ancladas en las comunidades de origen, datan de por los menos la primera mitad del siglo XX. Entre las décadas de 1930 y 1940, en la región mazahua las familias se sostenían gracias a la actividad agropecuaria. Desde la década de 1950, ante la carencia de tierras y la crisis de las actividades agropecuarias, cada vez más mazahuas se desplazaron a las grandes ciudades en búsqueda de ingresos. Hasta la década de 1960 la Ciudad de México fue el destino predilecto de esos migrantes. Allí había oportunidades de empleo y buenas ganancias al dedicarse a la venta ambulante.

El aumento del desempleo y subempleo, aunado al endurecimiento de las sanciones administrativas para evitar el ambulante en la década de 1970, impulsó a los mazahuas a buscar nuevos destinos migratorios. Durante las décadas de 1980 y 1990 extendieron su presencia a ciudades de todo el país, pero dedicándose ahora en su gran mayoría al comercio en distintas modalidades y giros.

Sin acceso a recursos económicos para invertir y ante la imposibilidad de acceder a créditos formales, los mazahuas han desplegado variadas formas para poner en marcha los recursos sociales y culturales que les han permitido iniciar, sostener y reproducir negocios o actividades comerciales basadas en el modelo de franquicia social.

Gradualmente esas actividades comerciales se han consolidado como centro del sustento y reproducción para las familias. Si bien las formas en que son desarrolladas no encajan en la lógica de funcionamiento capitalista, sí reúnen características generalizadas del trabajo: “desplazamientos territoriales, nulas prestaciones, nulos servicios financieros para el retiro o la vejez y nulos servicios de seguridad social (González, 2017:190). Con esas condiciones los mazahuas se verán en la necesidad de seguir reproduciendo las actividades comerciales en que participan desde la niñez hasta edades avanzadas, como aseveró un migrante de 71 años de edad “yo creo que voy a seguir trabajando hasta que me muera” (P.J., entrevista, 7-11-2019).

## **Bibliografía**

Arias, Patricia (2009). *Del arraigo a la diáspora. Dilemas de la familia rural*. México: Universidad de Guadalajara/ Porrúa.

Arias, Patricia (2017). Introducción. *Migrantes exitosos. La franquicia social como modelo de negocios* (pp. 7-29). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Arizpe, Lourdes (1975). *Indígenas en la Ciudad de México. El caso de las Marías*. México: SEP/SETENTAS.

Arizpe, Lourdes (1978). *Migración, etnicismo y cambio económico. Un estudio sobre migrantes campesinos a la ciudad de México*. México: El Colegio de México.

Atkinson, Rowland y Flint, John (2001). Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies. *Social Research Update*, (33), 1-5.

Bayona, Eugenia (2007). Comerciantes purépechas en la Zona Metropolitana de Guadalajara. En Arias, Patricia y Woo, Ofelia (Coords.) *¿Campo o ciudad? Nuevos espacios y formas de vida* (pp. 125-148). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Beltrán, Joaquín, Oso, Laura y Ribas, Natalia (2007). Un campo de estudio para el empresariado étnico en España. Beltrán, Joaquín; Oso, Laura y Ribas, Natalia (Coords.). *Empresariado étnico en España* (pp.13-40). España: CIDOB.

Cárdenas, Erika P. (2014). Migración interna e indígena en México: enfoques y perspectivas. *Intersticios Sociales*, (7), 1-28.

Chávez, María E. (2008). Las familias mazahuas de San Antonio Pueblo Nuevo, municipio de San José del Rincón, Estado de México, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 5,(1), 71-91.

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2019). *Atlas de los Pueblos Indígenas de México*. Recuperado de: <http://atlas.cdi.gob.mx>

Durin, Séverine y Pernet, Nicolás (2010). Redes sociales, etnicidad y recomposición de espacios residenciales en familias mazahuas de Temascalcingo en Monterrey. En Palacios, Lylia (Edit.) *Cuando México enfrenta la globalización. Permanencias y cambios en el Área Metropolitana de Monterrey* (pp. 111-129). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.

Flores, Alma y Pérez, Javier (2017). Vendedores de fruta preparada. Indígenas nahuas en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Arias, Patricia (Coord.). *Migrantes exitosos. La franquicia social como modelo de negocios*. (pp.174-196). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Flores, Alma; Salinas, María y Alejandre, Ana (2017). Muebleros de Capacuaro en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Arias, Patricia (Coord.). *Migrantes exitosos. La franquicia social como modelo de negocios*. (197-213). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Gobierno de México (2020). *Sistema de Información Cultural (SIC)*. Recuperado de: [https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=grupo\\_etnico](https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=grupo_etnico)

González, Felipe (2017). Buscando un lugar en la economía: Modalidades de comercio practicadas por los mazahuas. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 38 (83), 187-217.

Güell, Berta; Parella, Sonia y Valenzuela, Hugo (2015). La economía étnica en perspectiva: del anclaje a la fluidez en la urbe global. *Alteridades*, 25(50), 37-50.

Herranz, Yolanda (2007). La formación del empresariado inmigrante en el contexto español. Beltrán, Joaquín; Oso, Laura y Ribas, Natalia (Coords.). *Empresariado étnico en España* (pp.41-68). España: CIDOB.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Encuesta Intercensal 2015*: México.

Kloosterman, Robert; Van der Leun, Joanne y Rath, Jan (1999). Mixed-embedddedness: (In) formal economic activities and inmigrant businesses in the Nethernlands. *International Journal of Urban Research*, 23(2), 252-266.

Light, Ivan (2007). Economías étnicas. Beltrán, Joaquín; Oso, Laura y Ribas, Natalia (Coords.). *Empresariado étnico en España* (pp.69-99). España: CIDOB.

Nolasco, Margarita (1987). Los indios de México. Glantz, Susana (Comp.). *La heterodoxia recuperada. En torno a Ángel Palerm* (pp.347-367). México: Fondo de Cultura Económica.

Oehmichen, Cristina (2002). Comunidad y cosmovisión entre los mazahuas radicados en la ciudad de México. *Estudios de Cultura Otopame*, (3), 123-148.

Oehmichen, Cristina (2015) *Identidad, género y relaciones interétnicas. Mazahuas en la Ciudad de México*. México: UNAM.

Portes, Alejandro y Manning, Robert (1985). L´enclave ethnique: réflexions théoriques et études de cas. *International Review of Community Development/ Revue Internationale d´action communautaire*, (14), 45-61.

Portes, Alejandro y Min Zhou (1996). Self-Employment and the Earnings of Inmigrants. *American Sociological Review*, 61(2), 219-230.

Portes, Alejandro (1998). Social Capital: Its Origins and Aplications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*, (24), 1-24.

Rubio, Miguel, et al. (2000). Desarrollo, marginalidad y migración. INI/PNUD (Ed.). *Estado del desarrollo económico y social de los pueblos indígenas de México*. Primer informe (pp. 289-354). México: INI/PNUD.

Tienda, Marta y Raijman, Rebeca. (2000). Immigrants' income packaging and invisible labor force activity. *Social Science Quarterly*, 81(1), 291-310.