



Universidad Autónoma de Querétaro  
Facultad de Filosofía

Formas de organización productiva; entre la tradición y la innovación.  
El caso de las hierbas de Comonfort, Guanajuato.

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestría en

Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas

Presenta

Ma. Elisa Hernández Sierra  
Nombre del aspirante

Santiago de Querétaro, Qro., Octubre del 2014



Universidad Autónoma de Querétaro  
Facultad de Filosofía  
Especialidad en Antropología

**“FORMAS DE ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA;  
ENTRE LA TRADICIÓN Y LA INNOVACIÓN”.  
EL CASO DE LAS HIERBERAS DE COMONFORT, GUANAJUATO”.**

**Tesis**

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

**Maestría en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas**

Presenta

Ma. Elisa Hernández Sierra

Dirigida por

**DR. GASPAR REAL CABELLO  
SINODALES**

Dr. Gaspar Real Cabello  
Presidente

  
Firma

Dr. Edgar Belmont Cortés  
Secretario

  
Firma

Dr. Eduardo Solorio Santiago  
Vocal

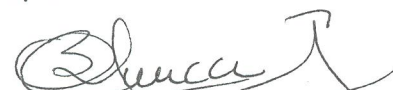
  
Firma


Mtra. Guadalupe Martha Otilia Olvera Estrada  
Suplente

  
Firma

Dra. Marja Teresita González Juárez  
Suplente

  
Firma

  
Dra. Blanca E. Gutiérrez Grageda  
Director de la Facultad

  
Dr. Irineo Torres Pacheco  
Director de Investigación y Posgrado

Centro Universitario  
Querétaro, Qro.  
Octubre, 2014

## RESUMEN

En este trabajo de investigación se muestra la trayectoria y formas de organización laboral de un grupo de mujeres dedicadas a la producción y comercialización de hierbas medicinales así como de otros artículos relacionados con el cuidado de la salud y las prácticas curativas. Estas actividades se han realizado durante generaciones en una porción de la región del Bajío guanajuatense, aunque como estudio de caso nos enfocamos en una familia procedente de Comonfort, (municipio vecino a Celaya), que es representativa del grupo de mujeres que comercializan este tipo de productos en los mercados de la ciudad de Celaya, Salamanca, Cortázar, ubicada a media hora de Comonfort.

Históricamente estos municipios se han caracterizado por su actividad comercial, lo que ha generado una dinámica regional –que creemos poco estudiada-, con comunidades de municipios vecinos, como es el caso de Comonfort y las mujeres dedicadas a la herbolaria.

Concebimos a estas mujeres como empresarias e importantes actores sociales, cuyas actividades comprenden desde las prácticas de recolección de hierbas en el cerro, la producción en el traspatio, la gestoría con proveedores en otros sitios fuera del estado de Guanajuato, (nos referimos al mercado de Sonora en la Ciudad de México), lo que nos muestra su accionar en un entorno más allá de los límites locales.

Destaca la organización del trabajo al interior de la unidad doméstica en donde las mujeres mantienen un estatus elevado, habiendo pasado por un proceso de aprendizaje sobre la herbolaria tradicional que se ha transmitido generacionalmente, así como por un proceso de innovación tanto en la producción y comercialización de hierbas medicinales como en los artículos relacionados con la salud, utilizando las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) y también la creación de redes sociales en el entorno en que se manejan.

**(Palabras clave:** aprendizaje, comercialización, unidad doméstica, tecnologías, redes sociales)

## **SUMMARY**

This research talks about the history and forms of work organization of a group of women committed to the production and marketing of medicinal herbs and other items related to health care and healing practices. These activities have been performed for generations in a specific area of the Bajío region of Guanajuato, although we focused on a family from Comonfort (Celaya's neighboring town) as a case study, which is representative of the group of women who sell this kind of products in the markets of the city of Celaya, Salamanca and Cortázar, located half an hour from Comonfort, Guanajuato.

Historically, these towns are characterized by its commercial activity, which has generated a regional dynamic understudied, we believe, with communities in neighboring towns such as Comonfort, and other women dedicated to the herbal activity. We conceive these women as entrepreneurs and important social actors, whose activities range from the practice of collecting herbs on the hill, the production in the backyard, to the private agency with suppliers in other places outside the state of Guanajuato, (we refer to the market of Sonora in Mexico City), which shows their actions in an environment beyond their local boundaries.

This research emphasizes the organization of labor within the household where women hold a high status, having gone through a process of learning about traditional herbal medicine that has been passed down through generations, as well as a process of innovation in the production and marketing of herbal medicines and other health related items, using new information and communication technologies (ICTs) and creating new social networks in the environment they work.

**(Key words:** learning, marketing, household, technology, social networking)

### **Dedicatorias**

Este trabajo está dedicado al grupo de mujeres con quienes conviví durante esta investigación.

Además de ser un pequeño reconocimiento a la familia Casas Carmona por permitir que entrará en su cotidianidad, aprender de su dinámica laboral, sus conocimientos, su actitud y sobre todo su filosofía de vida.

## AGRADECIMIENTOS

La presente tesis fue posible gracias a mis profesores de la Universidad Autónoma de Querétaro. Gracias a mi director de tesis el Dr. Gaspar Real Cabello, que me brindó su tiempo y conocimientos, así como por su dedicación, su orientación y el dominio del tema que me llevaron a terminar este documento.

A la Mtra. Guadalupe Martha Otilia Olvera Estrada por sus aportaciones y acertados comentarios a mi trabajo; en su momento me ayudaron a orientarlo, así como su disposición para compartir sus conocimientos y material bibliográfico durante la maestría. A la Dra. Adriana Terven Salinas por sus valiosas aportaciones e ideas. Además de mis maestros, el Dr. Eduardo Solorio Santiago, el Dr. Edgar Belmont Cortés, la Dra. Marja Teresita González Juárez. A mis compañeros de generación que siempre me aportaron ideas valiosas en clase sobre mi investigación.

A mi esposo Gerardo González Villegas por entender mi profesión y apoyarme en todo lo que he emprendido a lo largo de ese camino que hemos trazado y recorrido juntos. A mis hijos, Paola y José por aguantar mis ausencias en casa. A mi padre J. Santos Hernández por su colaboración en la investigación. A mi madre María Nieves Sierra por su apoyo incondicional y sobre todo reconocer el gran esfuerzo que implicó esta nueva aventura dejándome grandes satisfacciones y experiencias profesionales y de vida.



## **INDICE**

Resumen .....	i
Summary .....	ii
Dedicatorias .....	iii
Agradecimientos .....	iv
<b>I. INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISION DE LITERATURA .....</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGIA .....</b>	<b>36</b>
<b>IV. DESCRIPCIÓN ETNOGRÁFICA, COMONFORT Y LA TRADICIÓN DE LA HERBOLARIA</b>	
<b>EL MUNICIPIO DE COMONFORT; ORIGEN Y UBICACION GEOGRÁFICA</b>	
El Barrio de San Agustín .....	46
Los inicios de la Familia Casas Carmona en el comercio herbolario de la región; sus primeras incursiones mercantiles fuera del barrio de San Agustín .....	50
Relevancia del transporte; origen de los primeros camiones; respuestas tecnológicas en base a una necesidad y su impacto en la dinámica mercantil local .....	52
El recorrido de un fin de semana en “la jaula” .....	53
La rutina cotidiana; andando se hace camino.....	55
<b>EL PROCESO DE APRENDIZAJE AL INTERIOR DE LA FAMILIA</b>	
El origen de una tradición comercial herbolaria .....	56
Los primeros destinos de venta de la Familia Casas.....	59
Primeras relaciones comerciales con los proveedores y productos Locales. ....	60
Relevancia del transporte en la trayectoria mercantil de doña Dolores Casas, hierbera del barrio de San Agustín .....	60
Andar y andar los caminos... Los medios de transporte modernos y la dinámica comercial de las nuevas generaciones de hierberas .....	61



## **LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA FAMILIA CARMONA CASAS**

La figura de Dolores Casas Hernández y su influencia en sus descendientes .....	62
Transmisión de saberes y organización doméstica del trabajo .....	63
Remembranzas de Diana Carmona Casas .....	66
El testimonio de Laura Carmona Casas .....	68
El testimonio de Norma Carmona Casas .....	69
Las generaciones de reemplazo; los nietos Leonardo y Jimena.....	69
Cómo ha sido la educación formal e informal en la preparación y capacitación de las hijas de Doña Dolores Casas .....	70
Organización del espacio de Trabajo .....	72
Nuevas formas de relacionarse con los proveedores .....	75
<b>V. RESULTADOS Y DISCUSION .....</b>	<b>80</b>
<b>LITERATURA CITADA .....</b>	<b>90</b>
<b>APENDICE</b>	
Fotografías	
Proyecto de Intervención .....	<b>94</b>

## I. INTRODUCCION

La herbolaria y la medicina tradicional se componen por una serie de actividades que representan maneras específicas de organizar el trabajo en sus distintas fases al interior de las unidades domésticas que participan en este rubro económico. Entre las actividades que conlleva la herbolaria se cuentan desde prácticas de recolección de hierbas en el cerro, producción en el traspatio, gestoría con proveedores, así como compra en el mercado de Sonora en la Ciudad de México y en el de abastos en Celaya.

Así mismo, por la complejidad que representa este tipo de quehacer, también conlleva procesos de aprendizaje sobre el conocimiento, uso y manejo de una amplia variedad de hierbas medicinales así como productos, tanto de carácter natural como de laboratorio. De igual manera se incluyen conocimientos sobre el mercado, conocimientos sobre cómo crear y administrar una empresa, cómo gestionar y negociar con instancias oficiales relacionadas con el campo de la salud, cómo transmitir a las nuevas generaciones los conocimientos acumulados.

Lo anterior se analiza a través del estudio de caso de la Familia Carmona Casas en el municipio de Comonfort, Guanajuato, en donde la medicina tradicional se ha practicado principalmente por mujeres denominadas comúnmente “hierberas”, quienes han reproducido y ampliado una serie de conocimientos en este rubro durante generaciones a través de un proceso de organización en relación con la producción, adquisición, compra y venta de hierbas y otros productos relacionados con la salud. Estas mujeres han ganado espacios para la comercialización de sus productos en diversos destinos del Estado de Guanajuato, como Celaya, Comonfort, Salamanca y Cortázar.

A través de este estudio se observó cómo es que la venta de hierbas es el principal aporte económico para el sostenimiento de esta familia, a la par que mantiene los conocimientos asociados a los usos y propiedades de las hierbas,

reproduciendo esta tradición generacionalmente y adicionando nuevos elementos de carácter cultural a sus prácticas, relacionados con nuevas estrategias de comercialización y posicionamiento dentro del mercado.

Conforme a lo anterior, el objetivo principal de esta investigación ha sido conocer las estrategias de adaptación al mercado que las integrantes de la familia Carmona Casas han creado en relación con la apropiación de conocimientos para la comercialización de este tipo de productos, así como las relaciones con los intermediarios y proveedores, es decir, todo lo que forma parte de la dinámica de relaciones socio-culturales y económicas presentes en la actividad de la herbolaria y la medicina tradicional, incluyendo la generación de redes sociales y de una cierta identidad y sentido de pertenencia cultural.

De manera hipotética, se ha planteado que las mujeres integrantes de esta familia han conseguido mantener prácticas y conocimientos relacionados con la herbolaria a partir de su posicionamiento social como actividad productiva y comercial, lo que ha sido central para el sostenimiento de la familia. Asimismo, propongo que a partir de la implementación de estrategias que relacionan las actividades tradicionales con nuevas tecnologías, a través de establecer relaciones socio-culturales (redes), se ha construido un sentido de identidad y pertenencia gremial apropiándose de espacios comerciales en los que se han posicionado.

Como parte de la metodología utilizada para recabar los datos de campo, este proceso inició con la adecuada formulación de un problema de investigación, la revisión de bibliografía pertinente, así como la utilización de técnicas de investigación cualitativas, correspondientes al método etnográfico, tomando como estudio de caso a la Familia Carmona Casas.

Respecto a lo anterior, se realizó una descripción etnográfica del barrio de San Agustín, (en la ciudad de Comonfort) al que pertenecen las mujeres que conforman este estudio con la finalidad de conocer los lugares en donde se

siembran algunas plantas que posteriormente se llevan al mercado. De igual manera se describen los lugares donde confluyen a realizar sus ventas. Se trazaron mapas del área para ubicar los espacios relacionados con sus actividades, haciendo un seguimiento de su ruta comercial.

Desde esta perspectiva teórica y metodológica, se seleccionó un grupo de informantes a quienes se aplicó una entrevista semi-estructurada, asimismo se elaboraron genealogías con algunos integrantes para conocer la forma en que se transmitieron los conocimientos sobre el manejo de las hierbas, así como la adaptación y reproducción de las estrategias utilizadas durante varias generaciones de la familia Casas Carmona. La información se registró en un diario de campo para proceder a su ordenamiento y sistematización.

De acuerdo con el planteamiento inicial y la información etnográfica preliminar que conformó esta propuesta de investigación, principalmente se retomaron propuestas teóricas de la Antropología económica, la globalización y las redes sociales, en su vertiente que se enfoca sobre la dinámica de la organización y reproducción de la unidad doméstica, el estudio de mercado y la microempresa familiar, destacando la relevancia de las mujeres emprendedoras en sus esquemas de organización, acceso a nuevos conocimientos y formas de producción y comercialización, tomando como contexto el entorno regional y sus transformaciones, así como el capital social y cultural, incluyendo la educación informal que reproduce el proceso de aprendizaje en torno a la práctica de la herbolaria y la medicina tradicional a las nuevas generaciones de la familia Carmona Casas.

Este trabajo está compuesto por los siguientes apartados:

En un primer apartado denominado, Comonfort y la tradición de la herbolaria, se hace una descripción detallada de lugar y de sus recursos naturales, destacando la importancia que tienen los saberes locales y regionales transmitidos al interior de la familia Casas por más de cuatro generaciones, los cuales dan

cuenta de su origen, sus costumbres, tradiciones, hábitos, habilidades, redes, innovación tecnológica, aprendizajes, capital social y cultural

Un segundo apartado está relacionado con el aprendizaje y la familia, en donde se destaca la incursión de los integrantes de la familia Casas al mercado, la importancia del uso del transporte y las rutas comerciales así como lo relacionado con las ventas a partir de la conformación de las redes comerciales.

En el tercer apartado se describen las nuevas formas de comercialización y las relaciones de confianza que atraen a los clientes, así como las relaciones de mercado creadas por las integrantes de la familia Casas Carmona, resaltando la conformación de su unidad doméstica y sus formas de organización a partir de la creación de nuevas redes comerciales a nivel local y regional, en las últimas dos generaciones de la familia.

Un punto importante a resaltar es la adaptación al mercado, en torno al cual han generado diversas estrategias y relaciones sociales y comerciales importantes. Es así que también se indaga acerca de la transformación de roles de género relacionados con la producción y reproducción doméstica. Asimismo, se muestra en qué medida las innovaciones en la venta de las hierbas integran nuevas tecnologías en información y comunicación, (Tic's) y permiten la continuidad de esta actividad económica de la familia Carmona Casas.

Finalmente, se plasman las conclusiones en donde se plantea que las mujeres objeto de este estudio han conseguido mantener, reproducir y ampliar prácticas y conocimientos relacionados con la herbolaria a partir de su posicionamiento social en esta actividad productiva y comercial, central para el sostenimiento y reproducción social de la familia.

## II. REVISION DE LITERATURA

Las hierberas de Comonfort, creando y ampliando redes en la región

Como se ha señalado, en esta investigación se retoman propuestas de la Antropología económica y la globalización en su vertiente que tiene que ver con la dinámica de la organización y reproducción de la unidad doméstica, el capital social, las redes sociales, el estudio de mercados y la microempresa familiar, destacando en este entramado la presencia de un grupo de mujeres emprendedoras en lo relacionado con sus estrategias y esquemas de organización, acceso a nuevos conocimientos sobre esta actividad, así como nuevas formas de producción y comercialización, tomando como contexto el entorno regional y sus transformaciones en un escenario global.

Para los fines propuestos en esta tesis, la perspectiva global nos muestra que, no obstante la concepción que concibe a la globalización como un proceso homogenizante y totalizador, cuando se observa en detalle encontramos una serie de prácticas locales que se reproducen en entornos regionales haciendo uso más bien de elementos accesibles en el mundo global. En otras palabras, no se trata de desconocer la influencia global pero consideramos que existen una serie de prácticas socioculturales que permanecen y se recrean tomando ventaja de elementos disponibles a través de las tecnologías en información y comunicación (Tic's). Destacamos en este entramado la participación de importantes actores sociales, como son en este caso, las hierberas de las que da cuenta este trabajo.

De acuerdo con autores como Kearney (1995) la globalización se define como los procesos sociales, económicos, culturales y demográficos que ocurren dentro de las naciones pero que también las trascienden. El entendimiento de lo local no se circunscribe únicamente a procesos locales, identidades y unidades de campos de análisis, sino que estamos tratando con la intensificación de las relaciones sociales en el amplio mundo, en donde se eslabonan localidades

distantes de manera tal que los sucesos locales están formados por sucesos que ocurren a muchas millas de distancia y viceversa (Kearney, 1995:548).

En esta tónica, Bueno (2000: 8) visualiza la globalización como un proceso civilizatorio que se rige por un parámetro universal, determinista, unilineal y homogeneizante, respaldado por la lógica científica racional, por la eficiencia, la competitividad y la segregación de valor, queriendo irrumpir y trastocar las realidades locales, imponiendo ciertas formas y ritmos, este proceso unificador se ha enfrentado a un elemento que es que, en lo local se asume que las particularidades de la globalización otorga múltiples significados, dando pie a la creación de formas sociales nuevas pero también a la transformación, reinención y readecuación de procesos ya existentes tal como sucede con la dinámica social y comercial de la familia Carmona Casas.

En este mismo sentido, Robertson (1996) señala que cualquier propuesta por teorizar en el campo general de la globalización tiene que ir dejando a un lado la discusión sobre las políticas de la condición humana, por el intento de estructurar un discurso viable sobre la forma y significado del mundo como un todo; los aspectos económicos y culturales del escenario local deberían estar conectados con la estructura general y características del sistema global. La globalización es una entidad conceptual sobre el problema del orden mundial y, en el sentido más general, una entidad, que no puede ser entendida sin una discusión sobre cuestiones históricas y comparativas, como lo apunta este autor.

Al respecto, para García Canclini (2001) hablar de globalización es hacer mención en primera instancia a la transnacionalización de un proceso que se va formando a través de la internacionalización de la economía y la cultura, dando paso desde la primera mitad del siglo XX al engendrar organismos, empresas y movimientos cuya sede no está exclusiva en una nación. Por su lado, Beck (en Canclini, 2001: 46), señala que la globalización se fue preparando en estos dos procesos previos a través de una intensificación de dependencias recíprocas, el

crecimiento y la aceleración de redes económicas y culturales que operan en una escala y sobre una base mundial.

La globalización, mediada por la migración, el comercio, la tecnología en comunicación, finanzas, turismo, conlleva a la organización de una imagen bipolar de espacio y tiempo del mundo moderno, lo cual se expresa también en la teoría antropológica moderna; la globalización genera cambios desde las dimensiones en el espacio con su centro y periferias y sus agudos límites hacia un espacio global y multidimensional sin límites, y a menudo sub espacios discontinuos e interpenetrados. Hay una explotación de las periferias a los centros debido a la migración transnacional, el mercado global, medios electrónicos y turismo (Real, 2002:196), como ocurre con las integrantes de la familia Carmona Casas quienes han tenido que organizarse y adaptarse a estos espacios globales para poder seguir vigentes dentro del ámbito comercial desde local y regional.

También se habla de procesos considerados como transnacionales, lo cual tiene una visión más limitada; en tanto que los procesos globales son grandemente descentralizados de territorios nacionales específicos y tienen lugar en un espacio global, los procesos transnacionales están anclados en, y trasciende una o más naciones estado. El término transnacional se usa cuando se hace referencia a la migración de nacionales a través de las fronteras de una de más naciones, de la misma manera, las corporaciones transnacionales operan en el amplio mundo pero están centradas en una nación-hogar. En esta lógica de lo transnacional la nación se refiere los aspectos territoriales, sociales y culturales de las naciones involucradas. Desde esta perspectiva las integrantes del caso de estudio han tenido que crear estrategias de adaptación en su espacio territorial generando nuevas redes sociales, así como una conjunción entre lo tradicional y la innovación en su área laboral.

La acelerada integración económica y social de las regiones y sociedades del mundo ocurrida a fines del siglo XX representa un desafío a la antropología social, la cual considera a las comunidades locales como sus principales objetos



de estudio; las fronteras entre las comunidades y el resto del mundo se han disuelto, por lo que la globalización tiene implicaciones en la teoría y los métodos que se apliquen para el entendimiento de los procesos vinculados con el entorno global y local.

Dentro del entorno global y local se ha comenzado a presentar la especialización que ha desarrollado redes empresariales entre localidades involucradas, por donde circulan flujos de información menciona Arias, (2005), apareciendo maquinaria, materias primas, pedidos, préstamos, insumos varios, lo que permite hablar de una nueva geografía manufacturera y pecuaria elaborada a partir de las redes, conexiones e intercambios entre localidades especializadas similares. Se han construido espacios laborales y generado modalidades de trabajo acordes con ritmos, tendencias, continuidades y rupturas de cada actividad. Los empresarios han construido o tejido redes en el espacio rural (Avila, 2005:132-133).

Es en contexto parecido al que describe Arias que la familia Carmona Casas, objeto de este estudio, han construido nuevos espacios de trabajo y conexiones con diversas empresas que manejan productos relacionados con la salud como parte de un proceso de adaptación a las condiciones del contexto global. Asimismo, vemos a través de este estudio las vinculaciones que se dan entre los ámbitos urbano y rural.

El espacio rural, denominado por algunos teóricos (Cfr. Ávila, 2005) como la nueva ruralidad, se asocia a la especialización económica endógena de las economías rurales, estas han potenciado dos escenarios diferentes: el primer escenario se presenta cuando la especialización se convierte en la principal actividad económica de una localidad logrando redefinir los quehaceres locales en virtud de sus necesidades específicas; esta situación genera la aglomeración de actividades, recursos, habilidades, personal especializado, aglomeración da lugar a la creación de nuevos negocios, apertura de nichos laborales y empleos específicos para la gente de las propias localidades y región (Avila, 2005:144).

El segundo escenario es el de la maquila, que restringe su impacto a los ingresos en efectivo que aportan las mujeres es una opción laboral e ingreso a largo plazo, la abundancia y calidad de mano de obra contrasta con la estrechez y la imposibilidad de potenciar los espacios locales como mercado, (Idem.:144).

Se puede hablar de una nueva ruralidad que ocurre a partir del cambio económico asociado a dinámicas de diversificación en sociedades rurales y economías anteriormente orientadas hacia la agricultura dando lugar a fenómenos de especialización económica, a través de procesos novedosos del desarrollo local. Se habla así de una nueva rusticidad (Cfr. Arias, 2005) que ha resultado de procesos muy interrelacionados. Retomando a Arias y la definición sobre una nueva ruralidad presente en la familia Carmona Casas al momento de conjugar una serie de nuevos saberes con los tradicionales por medio de la especialización lo que implica llevar conocimientos tradicionales a otros contextos.

Retomando lo relacionado a los procesos de desarrollo local se podría decir que; el primero se debe a la manera en que ciertos grupos locales han captado las tendencias y enfrentado la metamorfosis externas (asociadas a la globalización) en la que las sociedades se encuentran inmersas, en segundo lugar; por la habilidad de los grupos locales para reelaborar y readecuar las trayectorias locales e insertarse de algún modo en las tendencias actuales de la economía y el trabajo, tal como ha sucedido con las últimas dos generaciones de mi estudio de caso.

Dentro de los espacios locales la especialización ha desarrollado redes empresariales entre localidades involucradas, por donde circulan flujos de información (Cfr. Arias, 2005), como la maquinaria, materias primas, pedidos, préstamos, insumos varios, lo que permite hablar de una nueva geografía manufacturera y pecuaria elaborada a partir de las redes, conexiones e intercambios entre localidades especializadas similares en donde se han construido espacios laborales y generado modalidades de trabajo acordes con ritmos, las tendencias, continuidades y rupturas de cada actividad, los empresarios han construido o tejido redes en el espacio rural (Avila, 2005:132-133).

Según Arias, (2005) la especialización conlleva tres características centrales que la hacen viable, atractiva y reproducible: la primera nos dice que se trata de actividades donde mucha gente puede insertarse en diferentes niveles, en distintos momentos; el segundo es que los empresarios es gente de la localidad que ha emergido de trayectorias reconocidas que pueden ser repetibles y, la tercera es que la práctica del oficio y del negocio es la principal vía de aprendizaje empresarial. Para el caso de las integrantes de la familia Carmona Casas retomaremos la tercera característica para explicar la especialización y como cada una de ellas vive un proceso de enseñanza que le ha sido transmitido desde las primeras generaciones además de estar vinculado con la innovación a partir de la adaptación tecnológica dentro de su proceso comercial.

En este punto destaca la perspectiva de análisis que retoma el concepto de territorialidad, entendido como el proceso de apropiación instrumental y simbólica a partir de un referente espacial el cual es contenedor de fuerzas de producción simbólica y de prácticas socioculturales, donde converjan la participación de los sujetos para crear identidad, pertenencia y formas de proceder de acuerdo a Gilberto Giménez (2007). Así también, las mujeres de esta investigación han generado un proceso de posicionamiento de territorialidad a partir del manejo de sus conocimientos sobre la medicina tradicional y el mercado, construyendo una identidad como hierberas a lo largo de más de cinco generaciones.

Este concepto es referido a territorios culturales, en donde se tiene una apropiación simbólica y expresiva del espacio; el territorio no es un mero escenario contenedor de modos producción y organización del flujo de mercancías, va más allá, es un entramado de significados y relaciones simbólicas, es donde es necesario entender la cultura (Idem, 2007). Retomando la definición anterior cada una de las integrantes de la familia cuenta con una carga de saberes sobre el uso y manejo de las hierbas, del espacio de trabajo, habilidad en la comunicación verbal, en pocas palabras, tienen una lógica organizacional sobre la transmisión de conocimientos de madre a hija(o)s durante más de un siglo, esta familia ha efectuado una apropiación simbólica y expresiva de su espacio que se

ve reflejado al momento de su identificación local y regional, por lo tanto, que se han apropiado de su territorio cultural.

La contraparte de lo anterior sería la desterritorialización, que difiere de diáspora en donde la gente se imagina a sí misma como una nación fuera de su patria (tierra natal); en el caso de la Nación-Estado desterritorializado, la gente puede estar en cualquier parte del mundo, sin vivir por ellos fuera del estado, también se habla de hiperespacios en ambientes como aeropuertos, franquicias de restaurantes y sitios de producción que, separados de cualquier referencia local, tienen cualidades universales monótonas (Real, 2002:197).

En este tenor, hacemos mención a los hechos culturales, según lo plantea Giménez, (2007) en sus tres dimensiones; la cultura como comunicación es decir, como conjunto de sistema de símbolos y signos, emblemas y señales entre los que se incluyen, además de la lengua, el hábitat, la alimentación, el vestido etc., la otra es; convertir sus saberes a la cultura como stock de conocimiento, no sólo como la ciencia sino también en otros modos de conocimiento práctico desde el sentido común, y la última es; la cultura como visión del mundo donde se incluyen las religiones, las filosofías, las ideologías, y en general toda la reflexión sobre totalidades que implica un sistema de valores.

Respecto al hecho cultural en la familia Carmona Casas se visualizan las tres dimensiones citadas en el párrafo anterior al momento de aplicar el proceso de enseñanza-aprendizaje por medio de la educación no formal cargada de símbolos, en donde han aplicado una serie de conocimientos prácticos de sentido común que les ha facilitado el establecimiento de las redes al interior y exterior de la unidad doméstica, así como una serie de actividades cotidianas cargadas de símbolos y de valores universales que se reflejan en el dominio que tienen sobre los conocimientos de la herbolaria y el mercado.

Con base a lo anterior se muestra cómo se ha dado un proceso de pertenencia socioterritorial por parte estas mujeres y en qué medida se genera un estatus de pertenencia e identidad con la colectividad al grupo de mujeres de la unidad

doméstica vendedoras dentro de la región. Consideramos que las mujeres objeto de este estudio han construido un sentido de pertenencia socio territorial durante más de seis generaciones a partir de reproducir, mantener y ampliar en la empresa familiar los conocimientos acumulados a lo largo de varias décadas relacionados con el uso de la herbolaria.

Al hablar de estas mujeres en el contexto, entendemos la situación de género como la administración que se da al tener una finalidad sobre su proceso productivo debido a los intereses femeninos dados por el posicionamiento estructural de las mujeres, como un efecto de la división del trabajo, las capacidades reproductivas y más en general por su ubicación socio-estructural mientras que los intereses de género designan los intereses derivados de las relaciones sociales y el posicionamiento de los sexos afectando tanto a hombres como a mujeres(Molyneux, 2003).

Es importante aclarar sobre las maneras en que se generan los intereses de género de las mujeres, tanto prácticos como estratégicos. Los primeros se basan en la satisfacción de las necesidades que surgen del emplazamiento de las mujeres dentro de la división sexual del trabajo, mientras que los segundos conllevan reivindicaciones para transformar las relaciones sociales con el fin de potenciar la posición de las mujeres y conseguir un reposicionamiento más duradero dentro del ordenamiento de género y la sociedad en general.

A partir de lo anterior las mujeres de la familia Casas han generado una serie de estrategias prácticas al ir delegando la administración del negocio a las mujeres más jóvenes quienes han creado nuevas formas de posicionamiento en el mercado a partir de su rol al interior de la unidad doméstica y fuera de ella.

La formulación de los intereses estratégicos o prácticos está siempre ligada a la formación de la identidad, esto es válido en el caso de las mujeres objeto de este estudio cuyos intereses se encuentran estrechamente ligados con los de la familia o el hogar en donde sus objetivos e inquietudes deben enmarcarse en

contextos históricos específicos, debido a que los procesos de formación de intereses están sujetos a la variación cultural, histórica y política.

Moser, (1989) interpreta los intereses como necesidades porque éstas tienen una implicación más directa en la planificación y la formulación de políticas. En términos sencillos se suele asumir que las necesidades existen, mientras que los intereses son volitivos. También señala que el proceso de planificación requiere la identificación de los intereses femeninos por parte de las mujeres mismas, de tal manera, que puedan traducirse en necesidades de planificación, retomando a Moser, las necesidades y los intereses deben estar ligados al proceso de planificación a través de la estrategias y redes de intercambio y comercialización al interior de una unidad doméstica tal como sucede con la familia Carmona Casas (Molyneux, 2003).

De acuerdo a lo anterior, analizamos a las mujeres de esta investigación a partir de la unidad doméstica según la define Oliveira (1988), como el ámbito social en donde los individuos unidos o no por lazos familiares de parentesco comparten residencia y organizan en armonía o conflicto su vida cotidiana. Las características socio demográficas básicas de las unidades domésticas son: tamaño, composición de parentesco, ciclo de vital (formación, expansión y disolución). Las unidades domésticas contribuyen a configurar la estructura por edad y sexo de las mismas y condicionan los procesos de organización de trabajo, producción y consumo que se gesta en el interior de la unidad. Para este caso de estudio la forma de transmisión de conocimientos al interior de su unidad doméstica ha estado marcada por el ciclo vital como la edad y la formación dos puntos fundamentales para poder adquirir nuevos conocimientos sobre el uso y el manejo de la medicina tradicional desde otras vertientes o aplicaciones no convencionales.

Para Adler de Lomnitz (2006), tradicionalmente se ha considerado como unidad doméstica al grupo social integrado por todas las personas que viven en una misma residencia y cuyo acceso a la vivienda es a través de una entrada en

común. Entre las diversas formas de organización social de la vida cotidiana de las unidades domésticas se privilegian los procesos de la división familiar de las actividades, las estrategias en la obtención de recursos monetarios y no monetarios, venta de fuerza de trabajo, producción para la subsistencia y trabajo doméstico, así como las decisiones sobre la procreación y socialización de los hijos, el establecimiento de pautas de consumo de bienes y servicios, las relaciones de solidaridad y conflicto, autoridad y afecto que se dan entre los hombres y mujeres entre las generaciones al interior de los hogares (Oliveira, 1988:89), tal como sucede en la unidad doméstica de la familia de estudio en donde se da una división de actividades a partir de que la madre se hace cargo de la división del trabajo el que comienza a partir de los siete años y que abarca desde la forma de producir, limpiar, separar, seleccionar, organizar hasta la venta del producto.

En este mismo sentido, Chayanov (1985:15) argumenta que es importante el tamaño de la familia, el cual depende de su ciclo de desarrollo que abarca desde su consolidación hasta la muerte del jefe de familia atravesando diferentes periodos. Su principal argumento es que son las variaciones en la fuerza de trabajo disponible en cada grupo doméstico las que determinan el acceso a los medios (tierra). Efectivamente es el número de integrantes de la unidad doméstica es determinante para la sobrevivencia porque el ciclo de la diferenciación familiar explica el hecho de que diferentes grupos poseen variados parcelas. Así es como sucede con la familia de estudio en donde el tamaño ha influido en su ciclo de desarrollo tomando en cuenta también la cantidad de integrantes que la conforman, los recursos socio-culturales y económicos que poseen.

De acuerdo con Bender y Nutini (1993) la unidad doméstica contiene tres variables semi-independientes: parentesco, cercanía residencial, y función doméstica, estas variables se combinan en forma característica para cada sociedad, y por lo tanto, el concepto de unidad doméstica adquiere acepciones diferentes según el contexto social. Para la unidad doméstica de estudio las

variables indispensables para la sobrevivencia han sido el parentesco y las distribuciones de funciones impuestas desde una corta edad a cada miembro de la familia por parte de la madre.

Siguiendo este orden de ideas, Fortes considera que la dinámica del cambio en la vida de la familia afecta el modo en que se distribuyen internamente los diferentes recursos. El análisis de este proceso es importante para ver la manera en que la sociedad influye sobre la dinámica interna. Este autor, a diferencia de Robichaux, (2002) distingue tres etapas que son; la fase de expansión, que comienza en el matrimonio y se termina cuando se completa cuando el ciclo de procreación. La fase de dispersión o fisión; que comienza con el primer hijo y termina cuando todos han contraído matrimonio, y la última fase de reemplazo; que termina con la muerte de los padres y el reemplazo del lugar que estos ocupaban en la estructura, (Chayanov, 1985:16). Es esta fase última la que ha estado presente en la familia Carmona en más de cinco generaciones al ir reemplazando a las (os) integrantes que han ejercido el oficio al término de su periodo productivo y de vida dentro de la dinámica comercial familiar.

Las unidades domésticas con una sola unidad doméstica y una sola familia nuclear son minoría, cerca de la mitad de los casos, estas familias tienen parientes en la misma barriada y sólo están esperando una oportunidad para establecer la cercanía. Vivir solo es un lujo para la familia marginada; por lo tanto, las unidades domésticas de tipo nuclear son inestables y suelen representar una etapa de transición (Adler de Lomnitz, 1975:109).

En el estudio de Adler de Lomnitz en la Cerrada de Condor, la unidad doméstica comparte una familia nuclear o un grupo de familias nucleares emparentadas entre sí, que viven en una misma unidad residencial ó en unidades vecinas, en donde comparten ciertas funciones domésticas. Estas funciones domésticas pueden ser muy variables y pueden incluir aspectos de economía y de socialización, preparación de las comidas, cuidados de los niños, cooperación



en los gastos rituales, ayuda mutua en numerosos detalles de la vida diaria (Adler de Lomnitz, 1975:104).

Por su parte, González de la Rocha, (2006) al igual que Adler de Lomnitz (1975) aborda la tipología de la red en cuanto a las características relacionales entre los individuos en términos de jerarquía. No obstante brinda un factor adicional al análisis de comportamiento de los hogares en las redes de intercambio, el ciclo doméstico.

La unidad doméstica ofrece la oportunidad de entender mejor el impacto de los procesos extra domésticos, o más generales sobre la vida familiar, la organización social del mercado de trabajo, los movimientos migratorios. Proporciona asimismo, la oportunidad de entender las fuerzas internas de la unidad doméstica que afectan la organización y la economía familiar y los procesos de toma de decisiones que se desarrolla en su interior (González de la Rocha, 1986: 68). En la familia Carmona Casas, es a partir de la unidad doméstica como se logra explicar la organización social que ellas implementan en el mercado de la herbolaria a partir de las fuerzas internas y toma de decisiones que cada miembro ha puesto en práctica a lo largo de su etapa productiva laboral.

En la organización familiar del trabajo, las mayores diferencias entre mujeres y hombres se refieren al tipo de tareas realizadas. Los varones se dedican mucho más a la preparación del invernadero, la siembra, el riego, el trasplante al igual que el acarreo, actividades relacionadas con la movilidad, y sobre todo, con la fuerza física.(Avila, 2005:288). A excepción de estos aspectos, la presencia femenina es muy semejante a la del hombre aunque sobresale en la actividad del comercio tal como sucede en el interior la familia Carmona Casas.

En la participación laboral femenina, de acuerdo con Neira, (2005) las condiciones sociales y productivas en la zona se considera como determinantes de una elevada participación económica de la mujer, en la medida en que el contexto cuenta con unidades productivas agrícolas favoreciendo la demanda local como la regional, esta situación y la cercanía de los terrenos de cultivo,

permite una mayor participación laboral de las mujeres porque facilita desempeñar conjuntamente los roles laborales y los domésticos, un aspecto que marca diferencias entre los hogares dedicados al invernadero, es la contratación de mano de obra, ya sea de peones ó jornaleros y ésta en función de la extensión y el número de invernaderos con que cuenta cada productor, su presencia es escasa en los pequeños productores (quienes se apoyan preferentemente en sus familiares directos o más cercanos), varía en los medianos productores según sus necesidades de producción contratan hasta uno ó dos peones, en el caso de los grandes productores donde no es raro ver más de tres y hasta seis peones trabajando (Avila, 2005:286).

Otro aspecto complementario que menciona Neira sobre los ingresos tiene que ver los aporte económicos que hacen los esposos y las esposas a los gastos familiares, a través de los cuales, es posible conocer el rol que desempeñan unos y otros, así como las diferencias que subsisten entre ellos (Avila, 2005:296). En el caso de estudio la distribución de los ingresos no sucede de esa manera porque aquí son las mujeres quienes tienen el mayor control del capital económico dentro de la unidad doméstica y el negocio familiar.

Cuando se habla de miembros de la familia que trabajan, aparecen no solo esposos, esposas, hijos y nietos, sino también hermanos, sobrinos y primos de distintos grados, es decir miembros de la parentela, de los cuales algunos no tienen ninguna relación de propiedad con la unidad de producción, pero a quienes los dueños les dan trabajo por muy variadas razones, que pueden ir desde su capacidad técnica, ayuda económica, quedar bien con la familia, hasta por obligación moral. Las empresas son espacios de trabajo no solo para la unidad doméstica, sino para toda la parentela, aunque los parientes, independientemente de su desempeño, puedan ser desplazados por los descendientes directos de los fundadores, estas empresas podrían ser familiares sin embargo hay algunas que son eficientes y productivas y otras que no.

En cuanto a las similitudes, la herencia igualitaria y la independencia económica de las unidades domésticas implican la participación de la herencia y por ende del negocio, de generación en generación, este hecho trae consecuencia para los negocios, la principal es que el capital se parte de la forma que da la acumulación del mismo, necesaria para el desarrollo y el crecimiento de la empresa se torna difícil en un ambiente de competencias en cuanto a las diferencias, el acceso a las redes sociales de las familia (Pérez Lizaur, 2010). Adiferencia de lo que plantea Pérez Lizaur, en la familia Carmona Casas cada una de la hijas cuenta con un capital económico, social y cultural que utilizan para poder impulsar sus tiendas e incluso el compartir sus estrategias utilizadas y las redes generadas a lo largo de varias generaciones.

Es importante para este estudio retomar y definir con claridad lo que es una red social la cual se puede definir como; la relación que sostienen dos o más personas con el propósito de ayudarse, realizar negocios o llevar a cabo cualquier actividad relacionada con sus intereses (Basaldúa, 2005).

En un sentido más genérico una red está constituida por nodos y conexiones. Los nodos de la red pueden representar individuos y/o grupos, colectividades, empresas, gobiernos etc., De la misma forma pueden representar vínculos de toda naturaleza, informaciones, recursos y relaciones de respeto, amistad, poder y dominación (Dussoc, 2000). En un arreglo interorganizacional, las redes de empresas son influenciadas por diferentes dimensiones, una trata de aspectos sociales que hace referencia a las relaciones interpersonales y al imbricamiento social que está presente en las relaciones entre los actores.

El imbricamiento social hace que la red se torne sensible a la existencia anterior de las relaciones interpersonales y de un compartir de valores sociales y culturales (Grandori, 1995). Tanto en las redes de empresas como en los aspectos sociales y culturales están profundamente ligados con las actividades empresariales. Lo social esta imbricado y entrelazado con la economía.

Según Real (2013), para Solaris (2001) la red es una experiencia que se asocia al tema de competitividad y del desarrollo tecnológico de pequeñas empresas con el desarrollo regional. El surgimiento y desarrollo de estas redes son facilitados por el ambiente de identificación social y cultural que favorece las relaciones de cooperación.

Vistas las redes como recursos; “Estos recursos son compartidos y combinados en la red por medio de relaciones de cooperación” (Villamil, en Solaris, 2002:115) como se presenta con la familia Carmona Casas en donde las redes que han creado se encuentran insertas en un ámbito regional y la identidad social y cultural generada ha provocado no solo la pertenencia y la identidad a la unidad doméstica sino a la comunidad de mujeres emprendedoras de la rama de la herbolaria y productos de la salud de la región.

Ya con anterioridad, Radcliffe-Brown (1998:190) había definido la estructura social como “la red de relaciones sociales que existen en la realidad”, mientras que para Dirks (1972:565-66) el término “red” se conforma de dos usos principales; el conjunto de relaciones diádicas referidas a un individuo determinado y centradas en este individuo (redes egocéntricas) y el campo de las relaciones sociales en general sin referirse a un foco individual.

La red está definida por un sistema de intercambio específico que conlleva a una estructura social de mayor complejidad. Adler de Lomnitz(1975) hace una diferenciación importante en cuanto a tipos de redes sociales. En primer lugar se encuentra la red egocéntrica, que se refiere al total de individuos con quienes la unidad domestica intercambia recíprocamente bienes y servicios. En un segundo orden se sitúa la red exocéntrica donde se presenta el intercambio de todos con todos.

Para Barnes (1954: 98), todo campo social constituido por relaciones entre personas conforma una red social. La palabra “campo” se refiere a un concepto espacial que asocia a cada punto el valor de alguna variable determinada, en el

caso de un campo social será el conjunto de individuos relacionados por alguna variable subyacente al campo. Este puede ser difuso o puede referirse a un centro determinado la variable subyacente servirá para determinar la distancia de cada individuo al centro de la red. A su vez, cada individuo podrá ser el centro de otra red, o podrá pertenecer a varias redes en simultáneamente. La variable misma puede referirse a cualquier aspecto de la relación social (parentesco, información intercambio (Adler de Lomnitz, 1975:140).

Para las empresas, en el proceso de establecer redes entre actores cercanos, el aprendizaje es útil para saber cómo introducirse en ambientes ajenos; dónde contactar actores que provean de financiamientos más grandes y conocimientos más especializados es un factor clave para el crecimiento de las empresas. Los factores que facilitan la circulación, apropiación y aplicación de conocimiento entre los diferentes actores que participan de la red de la empresa, esto es, los empresarios, los proveedores, trabajadores de la empresa, los socios y los consumidores, quienes se enlazan a partir del intercambio constante de experiencias y conocimientos durante el procesos productivo como sucede con la familia Carmona Casas.

Varios informes publicados a lo largo del tiempo demuestran que las redes sociales han sido los principales medios a partir de los cuales los pobres latinoamericanos han hecho frente a la vida urbana, proporcionando el apoyo y la pericia para construir una casa, encontrar empleo u obtener ayuda en emergencias financieras y médicas (Roberts, 1978), los pobres han demostrado ser hábiles para la creación de redes sociales, particularmente con los parientes.

En este sentido, Basaldúa (2005) considera que la red se presenta cuando entendemos las relaciones sostenidas entre grupos, instituciones y o personas con el propósito de ayudarse, realizar negocios o llevar a cabo cualquier actividad relacionada con sus intereses. Estas redes pueden tener un carácter más formal cuando intervienen contratos o convenios que legalizan la participación interinstitucional. En estas participan los bancos, las agencias locales o

nacionales, las cámaras y otras representaciones oficiales y las instituciones educativas entre otras. Como veremos más adelante es a partir de las redes formales que las microempresas pueden obtener financiamiento, capacitación y conocimientos (Birley, 2001:1046). Comparando lo que menciona este autor sobre las redes, las mujeres objeto de estudio de esta investigación han generado redes complejas en la dinámica mercantil, y de manera más formal, con bancos al obtener créditos o simplemente al regularizar su estado legal través de COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios).

En el caso de las redes regionales de pequeñas empresas, las redes pueden tener un “pool” de recursos utilizados de forma independiente (estructuras administrativas, predios, marketing, tecnologías, etc.). Dada la no prevalencia de las relaciones jerárquicas en el interior de las redes, se torna necesario un ordenamiento de objetivos por medios culturales y económicos para que estos se configuren en una especie de control (Park, 1996). Ello se podría aplicar a la familia Carmona Casas, quienes han establecido una serie de redes regionales tanto con sus proveedores de estados vecinos como acaparadores de la región y clientela de tipo local a través de medios de telecomunicación como; el internet, teléfono celular, estafeta siempre utilizando las TIC’s (tecnologías de la información y comunicación).

Las redes están definidas por los criterios de proximidad, distancia social e intercambio de bienes y servicios. El criterio básico es la existencia de una corriente permanente de intercambio reciproco desarrollando su trabajo bajo dos elementos claves: la cercanía física y la confianza. Esta última permite entablar un dialogo o intercambio reciproco. Crea una voluntad colectiva de cumplir con las deudas o convenios entre las partes, familiaridad suficiente para no ser rechazado (Adler de Lomnitz, 1975:71). Para la familia de este estudio sus redes están definidas por lo vínculos realizados con proveedores locales, regionales, nacionales e internacionales ya sea por la proximidad o simplemente por el simple intercambio de servicio como sucede con ellas.

La confianza desempeña un papel fundamental, facilitando el compartir normas y parámetros éticos en las empresas de la red. La confianza tiende a sustituir al control y así mismo. Las redes pueden también disponer de mecanismos de control en el interior de las redes regionales está directamente relacionada a las cuestiones de imbricamiento (Granovetter, 1985) y del capital social. El capital social como las relaciones sociales preexisten entre los individuos, alimentan y apoyan relaciones más formales entre sus organizaciones, contribuyen a aumentar la eficacia de las sociedades facilitando las acciones coordinadas (Putnam, 1991) el capital social facilita la cooperación espontánea.

Siguiendo a autores como Levanti (2001), las redes juegan un papel fundamental en los procesos de creación de una empresa y son la primera fuente de ayuda del empresario. Las redes son construidas a lo largo de la vida de la empresa y se relacionan con la adquisición del conocimiento para la asistencia técnica, financiera comercial de ésta. Es a través de las redes como se lleva a cabo la incorporación del conocimientos que permiten la operación y desarrollo de las empresas que, como ha señalado Wickman (2001), están basadas en tres áreas: primero en el conocimiento del mercado, es decir en los clientes y competidores; segundo en el conocimiento tecnológico relacionado con el desarrollo efectivo de la producción y del producto, servicio, y tercero en la capacidad de comprensión de la empresa, de lo que hace incluido el conocimiento de la información, el costo, la flexibilidad y las ventajas de competir de manera eficaz (De Gortari, 2010:29).

Tal como afirmara De Gortari, la familia Carmona Casas tiene bien claro que se necesita para el desarrollo y operación de la empresa familiar, conoce su mercado, la importancia de la incorporación de la innovación tecnológica al producto y al servicio que ofrecen así como el control financiero y administrativo del negocio.

Desde esta perspectiva, los empresarios, en tanto actores en estas redes, adquieren conocimientos que también contribuyen a mejorar la operación de sus

negocios en asuntos como, rediseño de los procesos de producción, adaptación y organización de sistemas de calidad en productos y procesos, acceso a mejores precios de los insumos y participación en los mercados. Las primeras relaciones en las que se involucran nuestras empresarias se establecen con actores cercanos han construido sus redes a partir de dos factores: la confianza y la ubicación geográfica y, en algunos casos la combinación de ambos. En las primeras generaciones las redes fueran en su lugar de origen con proveedores y clientes locales pero conforme fue pasando el tiempo y el transporte fue imprescindible para ampliación de las redes y los mercados, se buscaron otros proveedores y clientes en la región siempre tomando como punto de impulso la confianza y el espacio.

Según De Gortari (2010), los primeros actores de estas redes son los parientes, amigos y paisanos que apoyan con financiamiento ya veces con conocimientos sobre cómo se puede “echar a andar” el negocio, el capital semilla proviene en su mayoría de las redes de parientes, así como muchas de las ideas y conocimientos sobre varios de los negocios son compartidos entre amigos, a parientes y aun conocidos de los dueños.

En los micro negocios la participación de las distintas redes y muy especialmente en los conocimientos y las financieras facilita la creación, operación y desarrollo de estos micro negocios, se puede decir por último que los conocimientos, financiamientos y las relaciones son los tres insumos que los micro negocios, como cualquier otra empresa necesitan para operar y desarrollarse (De Gortari, 2010). Para esta familia de estudio sus conocimientos sobre la herbolaria, su capital social y su forma de administrar las tiendas es lo que ha facilitado la operación del negocio familiar.

Hay activos presentes y estos se entienden como el conjunto de recursos, materiales e inmateriales que los hogares movilizan en pos de mejorar su desempeño económico y social, así como también recursos desplegados para evitar el deterioro de sus condiciones de vida o disminuir su vulnerabilidad



(Filgueira y Katzman,1999). Las redes se refieren a todas las relaciones del empresario, mediadas por la confianza y la colaboración y muchas veces comienzan con la familia, los amigos, los contactos del negocio, a las que se agregan relaciones institucionales como las que se establecen con agencias gubernamentales, laboratorios y otras empresas. Para estas mujeres las primeras redes se han dado al interior de la unidad doméstica entre los miembros de la familia, enseguida con proveedores y finalmente con instituciones con el objetivo de ampliar sus redes.

La integración de redes de cooperación, según De Gortari (2010) es aprovechada para las microempresas debido a que facilita la adquisición de capacidades para el negocio, las cuales redundan en su competitividad. Los beneficios principales se relacionan con el incremento de sus ventas y utilidades, el acceso a nuevos mercados, la diversidad de sus proveedores y el incremento de conocimientos sobre el mercado tal como sucede con las mujeres de esta investigación. Los empresarios, en tanto actores de estas redes, adquieren conocimientos que contribuyen a mejorar la operación de sus negocios, en asuntos como: rediseño de los procesos de producción, adopción y reorganización de sistemas de calidad en productos y procesos, accesos a mejores precios de los insumos y participación de los mercados. Para las mujeres de este estudio la forma de operar su negocio ha sido a partir de la adopción y adaptación de estrategias basadas en la generación de redes a partir de la capitalización de sus conocimientos previos sobre el uso de la herbolaria siempre visualizado como el punto inicial para activar su participación en el mercado.

Las redes constituyen una de las herramientas más importantes de las microempresas en la medida en que les sirven para la transferencia de tecnología, el acceso a materias primas, el traspaso de información, la realización de acciones productivas conjuntas y comerciales (De Gortari, 2012: 44). De esta afirmación no quedan exentas la familia Casas quienes han adoptado una serie de estrategias

basadas en el uso de las telecomunicaciones ya sea para obtener materia prima, hacer los pedidos a los laboratorios o para vender sus productos vía internet.

Al referirnos a las redes sociales, nos remitimos al concepto de capital social. De acuerdo a Alcaide Lozano, una de las primeras definiciones de Capital Social de 1916 y fue acuñada por Hanifan (1916) en cuyo escrito el autor ponía de manifiesto la importancia del compromiso comunitario para el apoyo a la democracia y el desarrollo. Durante gran parte del siglo XX el concepto ha sido reinventado varias veces, puesto que ninguna de las definiciones propuestas se solidificó entre los estudiosos del momento. No es hasta finales de los ochenta que se produce la consolidación del concepto. Este proceso ha venido de la mano de tres autores que han proporcionado las tres visiones clásicas o pilares del concepto de capital social desde diferentes disciplinas estos autores son James S. Coleman, Pierre Bordieu y Robert D. Putnam.

Bordieu se refiere al capital social como un agregado de recursos relacionados de manera duradera y que se manifiesta como un elemento que deriva de la pertenencia o la participación en redes sociales (Bordieu, 1986).

De forma más concreta, Bordieu define al capital social como el conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento o de interreconocimiento; en otras palabras, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no solamente se encuentran de propiedades comunes sino que también están unidos por vínculos permanentes y útiles. Estos vínculos son irreductibles a las relaciones objetivas de proximidad en el espacio físico (geográfico) o incluso en el espacio económico y social porque fundados en intercambios inseparablemente materiales y simbólicos cuya instauración y perpetuación suponen el reconocimiento de esta proximidad (Jimenez, 2005:213).

Por su lado, Coleman pone énfasis en la función que el capital social desempeña en el marco de la estructura y de la acción de los individuos tomado

de Coleman (1988). A su vez Putnam, (1993) entiende el capital social como aspectos de la organización social, como son las redes, las normas de confianza y la reciprocidad que conforman una cualidad de los grupos o del conjunto de la sociedad y que permiten la cooperación.

Partiendo de la idea de recursos de carácter actual y potencial que se genera en el marco de la interacción, y por tanto en el contexto estructural de una red social, cabe señalar dos elementos que se consideran fundamentales para la comprensión de la idea de capital social y para facilitar la realización de trabajo empírico, estos dos elementos van en línea de lo que Frane y Roncevic (2003) recogen al hablar de la identidad del capital social segmentada en un genotipo y fenotipos.

Aquello que se entiende por capital social puede expresarse a partir de esta identidad segmentada del concepto. Se parte de la idea de que el capital social se constituye por dos elementos: uno interno y otro externo, en el primero también denominado núcleo duro encontramos la referencia a la interacción y concretamente a la forma e intensidad que esta puede adquirir.

En el elemento externo, se añade el matiz sobre la composición de aquellos factores que circulan por la estructura de la red, también se encuentra vinculado este segundo elemento con la Interacción y al marco de la misma como ese mercado de trabajo en este caso.

En cuanto al elemento interno del capital social, podemos diferenciar dos tipos de interacciones que proporcionan determinadas oportunidades o recursos en función de la posición que tiene el individuo en la estructura de la red. Estos dos tipos conforman la tipología del capital social y son utilizados desde una perspectiva relacional. El primero (elemento interno) se refiere a las formas de interacción o “de unión” (“Bonding Social Capital”), y el segundo elemento externo, que hace referencia a las relaciones “que tiende puentes” puentes en el capital social (Bridging Social Capital).

Remitiéndonos nuevamente a la familia Carmona Casas así como a los elementos internos referidos en el párrafo anterior, estos han sido indispensables para el éxito de la empresa familiar destacando el uso dado a sus conocimientos en relación a la herbolaria y a las formas que han implementado para relacionarse con los clientes, estrategias que tienen implícito el aprendizaje sobre la organización del trabajo al interior de su unidad doméstica, para Roncevic (2003) lo definiría como el “Bonding Social Capital”, y por el otro lado como el “Brinding Social Capital” al construir redes a partir de proveedores locales y regionales, así como la búsqueda de clientes y la gestión con instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

De acuerdo con lo que plantean García y Medina (2011: 131) la estructura de las redes sociales pueden generar capital social, que a su vez, puede producir beneficios públicos y privados. Existen dos aspectos básicos del capital social que son, el potencial informativo que fluye por las redes sociales y las obligaciones de reciprocidad derivadas de las relaciones de confianza entretejidas en las redes sociales tomado de Bordieu (2011).

Las experiencias vividas y memorizadas han permitido que se desarrollen expectativas, rutinas, certeza, que generan confianza, por lo tanto ahora los encuentros son provocados, las personas involucradas en la relación se han convertido tanto uno para el otro en personas únicas y no sustituibles desarrollando “reglas de pertinencias” que definen implícitamente los marcos y los límites del compromiso afirma Allan,(1979).

De acuerdo a la perspectiva de capital social que sugiere Allan, los integrantes de la familia Carmona Casas participan en un sin número de relaciones o redes que han conformado generacionalmente de manera más acentuada en las últimas dos además de contar con reglas de pertenencia al interior de su unidad doméstica y generarles confianza a quienes forman parte de sus redes locales y regionales como; proveedores, clientes, instituciones, familiares y otros.

El estudio de las relaciones sociales permite precisar características determinantes como el contexto de origen, las interacciones (frecuencia y modalidad de encuentro, tipos de intercambio), las cualidades del vínculo (antigüedad, especialización o polivalencia), las cualidades de los miembros de la relación (edad, nivel educativo), las cualidades comparadas de estos miembros (proximidad, distancia geográficas ó sociales), pero también las cualidades ligadas a la posición en la estructura de la red (centralidad). Por lo anterior, las cualidades de los vínculos constituyen la mayor fuente de información y son muy eficientes sobre el porvenir de las relaciones y, por lo tanto, de las redes.

En relación a la activación de redes dentro de los espacios laborales, la reciprocidad entre el contactado y el contacto consiste en dar información y acceso a un puesto laboral a cambio de confianza en el bien hacer de nuevo empleado (Solari, 2002).

En este contexto es lógico y necesario para la permanencia de las relaciones personales puesto que instituciones como la familia se convierten en el verdadero “estado de bienestar”. El individuo se hace independiente de la familia y necesita de esta para subsistir. Para crear un marco de certidumbre, la familia utiliza los mecanismos de su alcance, siendo la empresa un instrumento de pseudo-institucionalización y de formalización de las relaciones existentes en el interior de la familia.

La empresa permite jerarquizar las relaciones familiares ordenarlas y al mismo tiempo obtener recursos y distribuirlos entre los miembros de la familia. Con este marco, la desconfianza sobre instituciones ó asociaciones como las sindicales refuerzan el hecho de que la confianza reside en la familia (Rodríguez, 2010:158). Es por ello que una parte importante dentro de éxito del negocio de la familia Carmona Casas como menciona Rodríguez reside en la confianza que hay entre ellas y que generan en los demás.

De acuerdo a Ripolles (2006) las redes personales se caracterizan como pequeñas, densas, basadas en los lazos familiares y de amistad, frecuentes, y poco diversas. Contribuyen al crecimiento de nuevas empresas ya que proporcionan “los nuevos necesarios”, principalmente tangibles para superar los desafíos propios de los primeros años de vida de las empresas.

Desde el momento en que una empresa inicia su camino comienza con un proceso de aprendizaje e innovación que va implicar, en primer lugar recurrir a la capacidad de los actores, tanto individuales como colectivos, para crear conocimientos productivos; en segundo, nuevos productos y procesos y, posteriormente de acuerdo con las señas del mercado, adaptar y o adoptar tecnología, considerando los diferentes contextos en los que se da el proceso.

Retomando a Repolles, para la familia de empresarias que estudiamos son muy importantes los lazos familiares consolidados a lo largo de varias generaciones para la prevalencia de la actividad económica que realizan al interior de la unidad doméstica. Vemos así cómo es que las empresas que se inician con nuevos productos, en cambio son resultado del desarrollo interno que busca darle un valor agregado a materias primas locales, y para ello se valen de procesos de aprendizaje externos a través de cursos y o colaboraciones con instituciones educativas y/o gubernamentales(De Gortari, 2010:310).

La otra cara son las señales del mercado que tienen un peso fundamental en el aprendizaje y en los cambios tecnológicos de las empresas. En cuanto al seguimiento de mercado, se pueden citar las innovaciones que realizan las empresas que adoptan y adaptan varias técnicas y procesos orgánicos, así como procesos de reproducción, por ejemplo, siguiendo las tendencias del mercado para poder colocar sus productos en ciertos nichos, (De Gortari, 2010:311).

En el caso de la familia de estudio han acumulado una serie de aprendizajes sobre el mercado a partir de adaptar cambios desde un entorno global por medio de la innovación de sus relaciones con sus proveedores, con

algunos segmentos de la población, siguiendo las tendencias de nuevos productos para la salud de acuerdo a los clientes y sus necesidades.

Otro caso de estudio que nos ayuda a ejemplificar lo constituyen las pequeñas unidades de producción familiar de comerciantes del tianguis de Chinconcuac en el Estado de México; el entorno social en el que surgen, la forma en que sus dueños o fundadores junto con sus familias ha correspondido a las oportunidades que representa la incorporación de México en un entorno global, de sus recursos, de las maneras en que se han organizado para alcanzar sus fines, de cómo se relacionan con las cadenas regionales, nacionales e internacionales de producción y consumo, así como de los límites del desarrollo de sus unidades de producción en un mundo globalizado, (Pérez Lizaur 2010:140). Algo parecido sucede con las mujeres objeto de este estudio quienes se han incorporado al entorno global a partir de implementar redes locales, regionales e internacionales con proveedores y empresas incorporando como estrategia comercial el uso de las tecnologías de la información.

El proceso de crecimiento de las empresas es el momento o la etapa de desarrollo de la unidad doméstica o familia dueña, independientemente del tipo de familia que se trate. Robichaux (2002) señala que las unidades domésticas pasan por etapas de formación, consolidación y fisión, lo que implica distintas necesidades económicas y por lo tanto posibilidades de inversión en el negocio. Por otro lado se discute acerca de los procesos de surgimiento, adaptación y desarrollo de las pequeñas unidades de producción, generalmente familiares, en un entorno de globalización así como su papel en el desarrollo regional y nacional. La propuesta de Robichaux se apega al proceso que ha seguido la familia Carmona Casas al ir consolidando su empresa familiar a partir de la adaptación de estrategias sobre la creación de relaciones desde local y regional.

Desde la perspectiva de Chayanov (1985), en una unidad económica basada en el trabajo asalariado, la tendencia a la expansión infinita está limitada por la disponibilidad de capital. Sin embargo, si se da una alta productividad de su

fuerza de trabajo, la familia campesina tenderá no solo a cubrir sus necesidades personales sino también ampliar la renovación del capital y en general a acumular capital (Chayanov, 1985:133). En este sentido, la unidad doméstica que corresponde a la familia Carmona Casas ha estado en expansión con un amplio capital social y redes, así como una fuerza de trabajo que es renovada por las nuevas generaciones al prepararlas desde una temprana edad en el proceso de enseñanza y organización del trabajo por parte de la madre quien es el miembro principal y fundamental de la unidad doméstica.

Lo anterior corresponde a lo que encuentra Smart y Smart (1991) en las pequeñas unidades de producción del sur de China organizadas alrededor de la familia, éstas se caracterizan por sus escasos recursos económicos por su organización de la producción, en la que los dueños y empleados trabajan codo a codo en los talleres, así como su integración, con base en relaciones de parentesco, en redes internacionales de producción y consumo, características de la globalización, estas pequeñas empresas familiares han mostrado una gran dinámica y flexibilidad en el entorno económico, característico del capitalismo financiero de finales del siglo XX y principios del XXI, según lo refieren Arrighi, Bart y Hisaed (1999), este tipo de organización será la que predomine en el siglo XXI.

En la adaptación y adopción de tecnología existen un conjunto de canales y mecanismos a través de los cuales fluyen elementos tanto materiales como intangibles. Es decir, tanto información como habilidades, experiencias, saberes y conocimientos que detectan los actores que están involucrados en la concepción de los artefactos tecnológicos pero también aquellos ligados a los procesos productivos.

El proceso interno de aprendizaje de las empresas puede tener varias funciones, sin embargo no se da en el vacío sino a través de la circulación de los saberes y de mantener las relaciones activas con el exterior. A partir de ello se va construyendo un universo de referencias con el exterior a través de la articulación



con la tecnología, primero, y después con el financiamiento, (De Gortari, 2010:309).

Las empresas compran la tecnología y aprenden a vincularse con los proveedores, de manera que tratan de adquirir el mejor equipo y hacer la mejor inversión. La microempresa tiene que partir de un amplio conocimiento interno, pero tan importante como ello es conocer el ambiente en el que están situadas; esto es, los mercados locales, nacionales e internacionales, los proveedores, las oportunidades financieras e incluso la tecnología y los procesos productivos de sus competidores o de empresas semejantes (ídem.).

En nuestro caso de estudio, las mujeres han dispuesto de la tecnología en sus diferentes vertientes desde las primeras generaciones (transporte) teniendo un gran significado para su trayecto empresarial (transporte, capacitación, clientes, proveedores, la administración, relación con instituciones, organización doméstica y formas de aprendizaje) sin embargo, además de la tecnología ha sido importante la generación de redes a través de estrategias comerciales así como la actitud emprendedora que las caracteriza .

Lo que se ha referido arriba se relaciona con lo que autores como Álvarez y Busenitz (2001) atribuyen a la orientación emprendedora la cual contribuye a la generación de conocimientos capaces de proporcionar ventajas competitivas sostenibles a largo plazo en las nuevas empresas, ventajas necesarias para garantizar el crecimiento de sus ventas.

Para Miller (1983) la orientación emprendedora se da a partir de la interacción de tres características de la actitud directa; la innovación, la predisposición a asumir riesgos elevados pero controlados y la proactividad. La innovación que se relaciona con la orientación emprendedora no necesariamente tiene que ser una innovación que suponga una destrucción creativa en términos de Schumpeter (1934) sino que se asocia con la creación de nuevos recursos abarcando las innovaciones menores que resultan de nuevas formas de combinar

los recursos ya existentes. Son las últimas dos generaciones de las mujeres que estudiamos quienes se pueden considerar como las más emprendedoras ya que para ellas, como lo refiere Miller (1983) la innovación, la disposición de asumir riesgos y la pro actividad son características que las definen en lo privado y en lo público.

El elemento clave para poder identificar una innovación como emprendedora es que suponga la búsqueda de nuevas relaciones entre los recursos y/o productos existentes. La orientación proactiva implica un esfuerzo constante por tomar la iniciativa y anticipar a los movimientos de la competencia, al respecto Stevenson y Gumpert (1985) y sus colaboradores analizan la pro actividad como un proceso organizativo dirigido hacia la búsqueda de nuevas oportunidades del negocio y no hacia la optimización de los recursos que poseen. (Stevenson y Jaralillo, 1990).

La proactividad requiere, por lo tanto, que los empresarios estén constantemente rastreando el entorno para poder identificar nuevas oportunidades emprendedoras y capitalizarlas antes que los competidores. En una orientación emprendedora supone que en las decisiones estratégicas se sumen riesgos de moderados a elevados porque la aceptación de riesgos en la toma de decisiones empresariales es inevitable en comportamientos innovadores y proactivos (Covin y Slevin, 1989).

La red personal, la cual se puede definir como un conjunto de relaciones directas entre el empresario y las distintas personas de un entorno socio-económico y familiar, esta se caracteriza en primer orden por los intercambios que mantiene el emprendedor y que tienen a su vez una dimensión social y de negocios, el segundo se refiere a las relaciones ya sean originadas en un eventos social o de negocios, se han planificadas o causales pueden dar pie a una relación personal bidimensional y la tercera en donde solo reconociendo la dimensión social, de negocios y de los lazos personales puede entenderse su dinámica (Johannison y Mestead, 1997).

De acuerdo a Mestead, para entender la red personal de cada una de la integrantes de la familia de estudio hay que considerar desde la dimensión social de negocios y los lazos personales que genera cada miembro, como ha sido el caso de Laura Carmona Casas quien apuesta más por la relación social y personal como su madre Doña Dolores Casas, mientras que sus hermanas Norma y Lucia se enfocan hacia los administrativo y venta.

Por lo anterior, el conjunto de relaciones personales del empresario constituye uno de sus activos más preciados identificado en la economía como capital social(Coleman, 1998). En el análisis de la influencia de las redes personales en la creación de empresas se han utilizado diferentes variables que miden tanto la cantidad de recursos a los que puede acceder un empresario como la diversidad de estos recursos. De acuerdo a la afirmación anterior se puede decir, que las mujeres de la familia de estudio se convierte en emprendedoras al establecer contactos con personas que forman parte de su red, esta como una estrategia que se plasma como parte de la cantidad de recursos que han obtenido a través de la misma red, en correspondencia a lo que menciona Birley, (1996).

En el caso de esta mujeres emprendedoras como diría Birley el origen de los miembros que forman parte su red pueden agruparse en tres categorías: el primero son los clientes y proveedores, el segundo con las instituciones de investigación, asesorías y/o asociaciones empresariales y el tercero los amigos y familiares. Por otro lado Granovetter (1973) señala la importancia de que el emprendedor posea contactos fuera de su entorno familiar y privado para poder tener acceso a una nueva información e ideas le permite el rejuvenecimiento de la empresa. Los contactos frecuentes con miembros de su familia y amigos proporcionan al empresario los recursos tangibles necesarios (Grever y Salaff, 2003). Como sucede con esta empresa familiar de estudio, son las integrantes de las últimas dos generaciones quienes poseen una serie de contactos necesarios fuera de la unidad doméstica para reactivarla en caso de ser necesario.

Por lo tanto para desarrollar al máximo la orientación emprendedora de las empresas es necesario desarrollar sistemas de información sobre el mercado y sus competidores, así como poseer los recursos necesarios que le permitan materializar la orientación emprendedora utilizando eficientemente los recursos que poseen otras personas, solo así se podrá gozar de la flexibilidad y de los recursos necesarios. Para ello se requiere de tiempo mimando las relaciones personales con distintos agentes que forman parte de su entorno socio-económico, de manera que logran crear un complejo entramado de relaciones sociales (Stevenson y Gumpert, 1985). Finalmente las mujeres emprendedoras de la familia Carmona Casas han generado una serie de redes complejas en relación a su actividad económica al vincular sus saberes, conocer el mercado, sus competidores y los clientes, al utilizar eficientemente su capital social y cultural que poseen, tal como lo mencionará Stevenson y Gumpert.

### III. METODOLOGIA

Entiendo la metodología como la construcción de un camino en donde se genera una experiencia que además de llevar a buen término una investigación, suele ser de utilidad en el ejercicio de la práctica profesional. Este proceso se inició con la adecuada formulación de un problema, revisión de la bibliografía pertinente, así como la aplicación de técnicas de investigación. En este caso se propuso utilizar técnicas del método etnográfico, (tipo cualitativo) haciendo énfasis en el estudio de caso de la Familia Carmona Casas, también se usaron algunas técnicas de tipo cuantitativo.

En esta investigación se privilegiaron las técnicas cualitativas para recolectar información a partir de lo que se ha denominado como una “descripción densa” retomando la célebre expresión de Geertz, (1992) cuya esencia son los significados y las interpretaciones dadas a un nudo o foco de interés mediante el tratamiento de relatos, narraciones, testimonios; se trata de alcanzar una “interpretación de las interpretaciones”, de esta manera los datos cuantitativos tenderán a ocupar una posición subordinada y un rol complementario en el trabajo de campo.

Respecto a lo anterior, se efectuó una descripción etnográfica del barrio de San Agustín (Comonfort), al que pertenecen las mujeres que conformaron este estudio, con la finalidad de conocer los lugares en donde sembraban algunas plantas que posteriormente venderían. De igual manera se describieron los lugares donde confluyen a realizar sus ventas. Se trazaron mapas del área para ubicar los espacios relacionados con sus actividades, haciendo un seguimiento de su ruta comercial.

Se seleccionó un grupo de informantes a quienes se aplicó una entrevista semi-estructurada, asimismo se elaboraron genealogías para conocer la forma como se transmitieron los conocimientos, el manejo de las hierbas así como la adaptación y reproducción de las estrategias utilizadas durante varias

generaciones de la familia Casas Carmona. La información se registró en un diario de campo para proceder a su ordenamiento y sistematización.

De manera detallada, se desglosan enseguida las técnicas cualitativas a utilizadas:

### **Estudio de caso**

El estudio de caso consiste en la focalización en uno o cada caso singular, se dice que no es el conjunto de los procedimientos metodológicos seguidos sino la especificidad de un objeto de estudio (Cfr. Gundermann Kroll, 2008). En esta medida, el estudio es la elección de un objeto de estudio (Tarrés, 2008:25). Lo que hace específico un estudio de caso es cuando se mantiene la unidad del todo para no perder el carácter unitario de la entidad que ésta siendo estudiada; por lo tanto, el estudio de casos es el estudio de lo particular.

Bajo una óptica instrumental los estudios de caso aspiran a ser un medio de descubrimiento y desarrollo de proposiciones empíricas de carácter más general que el caso mismo. La generalización se alcanza a partir de una muestra representativa, el estudio de caso puede entenderse como un estudio comparativo cuando el diseño de la investigación considera el análisis de la misma entidad en al menos dos momentos del tiempo, otro problema de delimitación es el número de casos (Tarrés, 2008: 257).

Por su lado, Mitchell, (1983) destaca el valor del estudio de caso por su procedimiento para la generación de conceptos y esquemas teóricos, lo central radica en el material descriptivo básico que un observador ha reunido mediante los recursos que ha tenido a su disposición respecto a un fenómeno particular o un conjunto de eventos. Esta información es la base del valor principal de un estudio de caso.

En este mismo sentido, para Becker, (1975: 384) el conocimiento que se adquiere mediante un estudio de caso tiene un doble propósito; en primer lugar el

conocimiento global u holístico del caso que se estudia reconociendo el conjunto de características y dimensiones que posee el grupo o comunidad estudiado en su particularidad y un conocimiento profundo de un fenómeno logrado mediante la exploración intensiva de un caso, aspirando a desarrollar teorías generales sobre la estructura y procesos sociales mediante procedimientos comparativos.

La pertinencia de un estudio de caso se debe a que hay una lógica en el funcionamiento de los negocios de la medicina tradicional y otros artículos relacionados con la salud de la familia Carmona Casas, incluyendo una trayectoria laboral de varias generaciones.

### **Observación participante**

La observación participante es la técnica de investigación en la cual el investigador entra a convivir con el objeto de estudio, se integra a la realidad como un actor más, participa de los diferentes actos y manifestaciones del entorno. Para ello se requiere contar con una guía de observación en donde se puntualicen los aspectos que interesa conocer, la realidad es tan amplia que si se observa sin ningún tipo de guía pueden perderse datos importantes de la investigación, (De la Peña, 1997: 99).

Sánchez Serrano (2008) define la observación participante “como escenario y configuración de la diversidad de significados”, supone una situación de interacción con los sujetos de estudio del investigador con sus narraciones sobre la vida social o con su comportamiento en determinados contextos sociales (Tarrés, 2008: 23). La comprensión de los fenómenos sociales se pretende lograr mediante el uso de los métodos cualitativos, uno es precisamente la observación participante que permite dar cuenta de los fenómenos sociales a partir de la observación de contextos y situaciones en que se generan los procesos sociales. Tarrés, (2008: 99).

Sánchez Serrano (2008) señala que la observación se puede hacer desde afuera o dentro del grupo social, es decir, puede ser exógena o endógena. Es

exógena cuando el investigador es un extraño al contexto social estudiado y es endógena cuando el grupo es capaz de generar un sistema de auto observación, sin embargo, la observación participante es el modo más representativo de los procedimientos de la observación exógena.

Otra característica de la observación participante es el control del observador sobre los fenómenos al estructurar las categorías de análisis e instrumentos de recopilación de datos, así como el control del grado de participación en el escenario y en la interacción social, se trata de captar la complejidad del sujeto, como productor de sentidos así como sus potencialidades de transformación, (Tarrés, 2008: 101).

Mediante la observación se pretende captar los significados de una cultura, el estilo de vida de una comunidad, la identidad de movimientos sociales, las jerarquías sociales, las formas de organización. Los datos se recopilan en notas de campo detalladas y ordenadas, es importante buscar informantes clave para obtener una información más confiable y hacer una reflexión con sentido. Éstos tienen una “comprensión” más amplia del escenario, de modo que puedan narrar historia de la institución o de la población y complementar los conocimientos del investigador, (Idem; 133).

La confiabilidad y validez en una investigación cualitativa están relacionadas con las reglas de la observación, el registro de la información y la interpretación de resultados, donde la distinción entre los datos proporcionados por los informantes y los comentarios del investigador es de singular importancia.

Hay tres criterios para lograr conocimientos válidos y confiables; búsqueda de representatividad, verificación de hipótesis mediante la inducción analítica y uso de procedimientos cuantitativos para reforzar la comprensión del problema.

La investigación participante se centra en dar cuenta de las condiciones en que se generan determinados procesos sociales y los significados que se les otorgan. Lo anterior requiere de llevar un diario de campo, en donde de manera



sistemática se redacte la información recogida al término del periodo de observación se deberá elaborar una memoria de campo que contenga la síntesis de la información recabada, evidencia empírica a partir de un primer acercamiento.

Utilizando el registro de información a través de fichas de acuerdo al sistema de la Guía de Murdock se sistematiza la información obtenida en campo, aunque no siempre es posible registrar todos los datos obtenidos en el transcurso del trabajo de campo. También se utilizan fichas hemerográficas, esta debe contar con un título que sea parte de los indicadores usados para la clasificación de la información, el nombre del autor, nombre de libro, revista, o documento de donde hayan sido extraída y las páginas en donde se encuentra la información. (De la Peña, 1997: 97).

En este caso, la observación participante se utilizó para reconocer los espacios de trabajo y dinámica en el proceso laboral de cada una de las integrantes de la familia Carmona Casas.

### **Entrevista Semiestructurada:**

Esta técnica se llevó a cabo con las integrantes de la Familia Carmona Casas: la Sra. Dolores Casas quien es la madre de Lucía Casas Carmona, Diana Casas Carmona, Laura Casas Carmona, Norma Casas Carmona. Los esposos de estas también participan dentro de esta actividad económica, aunque de manera subordinada.

Se ha definido la entrevista (Cfr. Vela Peón, 2008) como una situación construida y creada con el fin específico de que un individuo pueda expresar al menos una conversación, ciertas partes esenciales sobre sus referencias pasadas y/o presentes, así como sobre sus anticipaciones e intenciones futuras (Kahn y Canell, 1977). Es un mecanismo controlado donde interactúan personas: un entrevistado que trasmite información y un entrevistador que la recibe, y entre ellos existe un proceso de intercambio simbólico que retroalimenta este proceso (Tarrés, 2008: 66).

Bernard (2008) sugiere que aplicar este tipo de entrevista ayuda al entrevistador porque al contar con temas o preguntas preestablecidas demuestra al entrevistado esta frente a una persona preparada y competente con pleno control sobre lo que quiere y el interesa de la entrevista, sin que con ello se llegue a ejercer un dominio total sobre el informante. En la entrevista semiestructurada el entrevistador mantiene la conversación enfocada sobre un tema particular y este proporciona al informante el espacio y libertad suficientes para definir el contenido de la discusión, (Tarrés, 2008:77).

### **Elaboración de genealogías:**

La genealogía consiste en una técnica en la que a través de estudiar las relaciones de parentesco, se consigna la información acerca de los descendientes de ambas líneas; masculina y femenina, (Cfr. Rivers W., 2008). Un rasgo importante de este método consiste en registrar lo más ampliamente posible la condición social de cada persona incluida en el estudio. Al comenzar el trabajo en un nuevo lugar conviene registrar toda la información acerca de cada persona que pudiera tener alguna significación social, más tarde la investigación podría restringirse a la información más relevante. Al momento de transcribir y ordenar la información conviene registrar en una sola hoja de papel a los descendientes de una línea con las referencias cruzadas de la otra línea (Palerm, 2008: 356).

En este estudio se ha elaborado la genealogía de la Sra. Dolores Casas Carmona y el Sr. Pablo Casas (padre de la Sra. Dolores Casas), con el objetivo de conocer como aprendieron el oficio y como lo han transmitido a las nuevas generaciones, asimismo, cómo se han generado y construido en el transcurso de las décadas las redes.

Esta fase comenzó con la recopilación de los nombres de los ancestros familiares o genealogías que sirvieron de base en esta técnica del método etnográfico. El primer aspecto fue identificar las relaciones que había entre una y otra generación sobre las estrategias utilizadas por las primeras generaciones de

la Familia Carmona Casas para obtener los primeros grupos y sus descendientes y proseguir hasta que el conocimiento de mi informante se agotara.

El método genealógico se complementa haciendo preguntas para armar una lista de todas las personas a las que un individuo aplica un término de relación, al analizarla se encontrara que todos estos términos caen en cuatro clases: Las relaciones que se pueden trazar en las genealogías, las relaciones de sangre o matrimonio que no pueden ser trazadas por las genealogías por las genealogías disponibles, pero que en cualquier caso tienen una base genealógica, las relaciones que dependen de la pertenencia a una categoría social, las relaciones que dependen de algún vínculo artificial inventado por el que lo usa, o también por su padre o abuelo, tales relaciones artificiales son a veces transmitidas de padre a hijo (Palerm, 2008: 361).

En lo que respecta al uso de las técnicas cuantitativas, se desglosan de la siguiente manera:

### **Sistematización**

En términos metodológicos, vale la pena remontarse al concepto de “sistema”, su origen semántico nos remite su raíz griega; al descomponerlo en la preposición *sin* y el verbo *“instanai”*, significa poner o conjuntar, entendiendo que nos referimos a un conjunto de elementos vinculados entre sí, que presentan una unidad funcional y tienen un mínimo de orden. Espinoza V., (2001: 5) propone una definición de sistematización como un conjunto de cosas, ideas o acciones que se vinculan y ensamblan entre sí por alguna suerte de correspondencia e interrelación. En otras palabras, el sistema supone una totalidad cuyas partes mantienen cierta disposición orgánica en interacción pues, de otra manera sólo tendríamos un “conglomerado”: colección o reunión de elementos a lo sumo ordenados pero no propiamente articulados. Este autor subraya todavía que el vocablo “sistema” expresa una constancia objetiva, porque la conjunción de las partes interconectadas que existen en la realidad.

Para Antillón (2002), uno de los propósitos de la sistematización es la conceptualización de la práctica para poner en orden todos los elementos que interviene en ella; no un orden cualquiera, sino aquel que organice el quehacer y le dé cuerpo; que lo articule en un todo, en el que cada una de sus partes ubique su razón de ser, sus potencialidades y sus limitaciones entre lo que se pretende y lo que se hace. La sistematización no es solo un trabajo de recuperación de experiencias y su consecuente interpretación, sino también una tarea permanente de construcción de un sistema de ideas, conceptos y símbolos.

Por su parte Jara, (1997) destaca la interpretación crítica como característica esencial y propia de la reflexión sistematizadora que busca penetrar en el interior de la dinámica de las experiencias, algo así como ubicarse “por dentro” de esos procesos sociales vividos y complejos, palpando las relaciones entre ellos, recorriendo sus diferentes etapas, localizando sus contradicciones, tensiones y marchas, llegando así a entender estos procesos desde la propia lógica, extrayendo de allí enseñanzas que puedan aportar al enriquecimiento tanto de la práctica como de la teoría.

Los procesos de sistematización parten de las prácticas singulares, el desafío está en la construcción de lo colectivo desde múltiples lugares, ubicando las diferencias como elementos centrales y constitutivos de pensamientos de ser y de hacer social, desde acuerdos, articulaciones y responsabilidades colectivas. Los procesos de sistematización solo podrían pensarse desde la construcción de identidades alternativas, los productos de recuperación, comprensión y comunicación son aprendizajes, saberes, mensajes, contenidos y valoraciones que van creando prácticas, redes, sentido en los que se reconocen las pluralidades concertándose los sujetos y los colectivos, (Verde, 2008). Tal como sucede con Don Salvadeo Medina quien fuera una de las personas que contruyó el primer camión de pasajeros que entro al barrio de San Agustín y con quien se ha realizado un proceso de sistematización a partir de recuperación de su experiencia en el taller y de vida.

A continuación se señalan los puntos a abordar para llevar a cabo la sistematización de la investigación:

¿Para quién sistematizar y a quién le importa?; En nuestro estudio, nos es útil para producir aprendizajes junto con la familia Casas Carmona, para socializar, retroalimentar y construir nuevos modelos a partir de su experiencia.

¿Para qué sistematizar?; diríamos que para comprender el proceso productivo que sigue la familia Casas Carmona y sus implicaciones económica, sociales y culturales de la herbolaria.

¿Quiénes deberían sistematizar?; la sistematización, entendida como proceso participativo, deberá ser realizada por los interlocutores involucrados directamente en la experiencia, y que a través de ésta sean conscientes de los elementos sociales, culturales y económicos inmersos en la actividad.

### **Propuesta de Intervención**

La intervención (Cfr. Bobes León, 2008) es el método diseñado y desarrollado para el estudio de los movimientos sociales entendidos dentro de una sociología de la acción, cuya orientación principal es el vínculo de ese marco teórico con la práctica de la investigación. La intervención ha de revelar la capacidad de la sociedad para producir sus modelos y las relaciones sociales a través de las cuales estas orientaciones se tornan prácticas sociales (Tarrés, 2008:235).

La formación de un grupo de intervención requiere de la participación voluntaria de un grupo de militantes de un movimiento social en estudio. Estos integrantes del grupo son considerados tanto actores reales como partícipes de una investigación. Los miembros del grupo de intervención van asumir dos roles simultáneos: el de militantes y el de analistas del movimiento social y en su actividad durante la intervención pasando por distintas fases:

En el primer momento, el grupo funciona como representativo de un movimiento social; el grupo va definiendo su identidad. Sobre la base de la

experiencia de cada militante va formándose una historia común que va más allá de lo individual.

En la segunda etapa, se convierte en un grupo de confrontación a partir de encuentros con aliados y adversarios, hay un autoanálisis, o sea, reflexión que desarrolla el grupo sobre las respuestas y el tipo de relaciones que ha tenido con sus interlocutores quedando al descubierto las solidaridades y alianzas.

En la tercera fase, conocida como de reconversión, el grupo se transforma en un verdadero grupo de análisis, en donde se supone la reflexión conjunta no solo sobre la acción, sino también sobre la propia intervención en donde también está presente el investigador (Tarrés, 2008: 239).

De acuerdo a lo anterior, los resultados de este estudio se enfocaron en conocer los procesos de producción y comercialización llevados a cabo por las hierberas. En este sentido, como parte de la investigación, se detectaron las principales problemáticas que estas mujeres enfrentan en estos ámbitos y así, construir alternativas de solución en conjunto. Por mi parte, y por parte de las integrantes de la familia Casas Carmona se generó una intervención sobre una propuesta de cambio del logo de la empresa familiar con el propósito de tener un mayor impacto visual a partir del nombre e imagen que manejan sus tiendas en los diferentes lugares en donde se encuentran establecidas así como unas memorias sobre su trayecto en la herbolaria.

También se llevó a cabo una intervención con Don Salvadeo Medina quien fuera una de las personas que contruyo el primer camion de pasajeros que entro al barrio de San Agustin y con quien se ha realizado un proceso de sistematización a partir de recuperación de su experiencia en el taller y de vida.

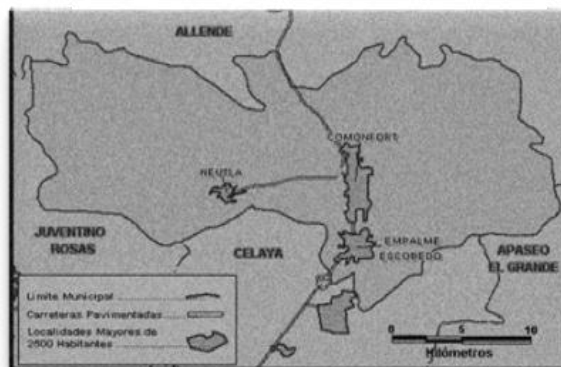
La metodología descrita hace sentido en el siguiente apartado en el que se describe la ciudad de Comonfort, particularizando en los aspectos que se retoman en esta tesis en relación con la actividad herbolaria y la familia Casas Carmona.

#### IV. DESCRIPCIÓN ETNOGRÁFICA, COMONFORT Y LA TRADICIÓN DE LA HERBOLARIA

##### EL MUNICIPIO DE COMONFORT; ORIGEN Y UBICACION GEOGRÁFICA



El Municipio de Comonfort forma parte de los 46 municipios del Estado de Guanajuato, limita al Norte y al Este con los municipios de San Miguel de Allende y con Juventino Rosas. Al Sur limita con el Municipio de Celaya (INEGI, 2010).



Comonfort se encuentra situado a los  $100^{\circ} 45' 51''$  de longitud oeste del Meridiano de Greenwich, y a los  $20^{\circ} 43' 15''$  de latitud norte. Su altura sobre el nivel del mar es de 1,795 metros. El área del territorio es de 642.369 kilómetros cuadrados. Comonfort se ubica en la IV Región Sureste, de acuerdo con la organización

territorial Guanajuatense.<sup>1</sup>La orografía de este municipio comprende un conjunto de llanuras fértiles y espaciosas entrecortadas por pequeñas cordilleras y colinas. Los suelos son fértiles debido a de los depósitos pluviales. Su precipitación anual media actual es de entre los 600 y 800mm anuales, en otra época las precipitaciones eran mucho mayores pero la modificación del clima ha ocasionado una notable disminución, afectando la producción agrícola y hortícola de la región.

Asimismo, Comonfort es parte de la región conocida como El Bajío guanajuatense. Los suelos de esta región son fértiles debido a los depósitos pluviales, con declive de Norte a Sur y de Este a Oeste. En la historia de México, el Bajío ha sido el escenario de diferentes eventos: fue el granero de la nueva España y se ha considerado la cuna de la independencia, también fue zona de grandes haciendas y del movimiento armado conocido como guerra cristera. En la época moderna es una región especializada en agricultura industrial, así como semillero de braceros hacia los Estados Unidos de Norteamérica.

Pasamos a describir el Barrio de San Agustín, de donde provienen las mujeres objeto de este estudio.

### **El Barrio de San Agustín**



Barrio de San Agustín

<sup>1</sup> INEGI ,Cartografía del Estado de Guanajuato. Cartas de Hidrología Superficial, Precipitación y Suelos



El barrio de San Agustín se ubica al sur del Municipio de Comonfort, Guanajuato a unos diez minutos de la cabecera municipal. La primera fundación de Comonfort, - antes denominado como Chamacuero según los memoriales-, se estableció en San Agustín. Las fundaciones de San Agustín, San Lucas y San Francisco, se le atribuyen a Don Alonso Martín de la Cruz y Mota, quien era cacique y caudillo de Don Nicolás de San Luis Montañés, conquistador de Querétaro durante la época de la colonización española.

En el año de 1561, por orden del Virrey Don Luis Velasco, se inició la construcción de un convento franciscano con motivo de fundar formalmente esta villa. Se establece el año de 1572 como fecha de fundación de la Villa de Chamacuero, por el hermano del mismo Virrey, el Comendador de la orden de Santiago Don Francisco de Velasco, (Camacho, 2000: 50).

En ese mismo año, los españoles llamaron San Francisco de Chamacuero lo que actualmente se conoce como Barrio de San Agustín, aquí se creó un presidio o puesto de vigilancia para salvaguardar a la naciente ciudad de Celaya de los ataques de grupos chichimecas. Anteriormente este puesto se encontraba en lo que hoy es Roque, Guanajuato. Este lugar fue un centro prospero debido a que era paso obligado en la Ruta de la Plata hacia Zacatecas. El 7 de Noviembre de 1861 fue declarado municipio y el 9 de Noviembre de 1874, a iniciativa del jefe político del distrito, don Ignacio Bernal, y por decreto del Congreso del Estado se le denominó como Chamacuero de Comonfort. En la actualidad el municipio solo lleva el nombre de Comonfort.

La forma de vida a inicios del S. XX era distinta en esta región y en la comunicad en particular. El barrio de San Agustín se componía de casas de adobe, con techos de tejas, láminas de cartón y ramitas de carrizo y algunas con puertas de madera y de troncones, y aun antes, las casas eran solo de ramas, con puertas pequeñas de madera, así vivía la gente, en la parte trasera de las

viviendas se encontraban las huertas que tenía, árboles de lima, membrillo, guayaba, limón, la gente local también se dedicaba hacer canastas con carrizo que obtenían de la ribera del río. La mayor parte de las casas se ubicaban junto al Río Laja, teniendo la facilidad de obtener esta materia prima para la construcción.

La población del barrio aún recuerda la inundación de 1955 porque derrumbó muchas casas, en ese momento todavía se podían encontrar personas que hablaban otomí, eran personas mayores de 60 o 70 años. Las mujeres usaban sus naguas hasta los tobillos y saquitos con mangas de globos, tenían rasgos de indígenas y hablaban su idioma:

*“Todo estaba bien verde, desde la calle nueva hasta la Palma había puras huertas todas tenían sus pozos, el agua estaba encimita a seis metros, ahora está muy abajo, cada pozo tenía unas ruedas y estas daban vuelta para sacar el agua, utilizaban un botecito largo con una cadena de cada lado y lo atoraban para que el bote al llegar vaciara el agua al caño y corriera el agua para el regadío que echaban los señores, no había motores el agua estaba encima, cuando estuvo más abajo el agua, usaban “la guanba” de madera, era un palo que le atravesaban a un bote y le ponían un mecate y atrás una piedra la bajaban y llenaban el bote, lo subían lleno de agua, se empezó a perder el espejo del agua en los sesenta, en la Comunidad de Ojo de Agua había manantiales, se llenaba el tajo y el arroyo llevaba agua diario porque en Comonfort llovía mucho”. (inf. Francisco Bárcenas, marzo., de 2013).*

Ha sido en este entorno en donde surgió y se desarrolló la producción y comercialización de frutas y plantas que se producían en las huertas de la localidad, sin dejar de lado la recolección de especies silvestres, que aún tiene vigencia. Pasamos enseguida a ocuparnos de la Familia Casas Carmona, a través de la cual se analiza la complejidad sociocultural y económica de esta actividad.

## **Los inicios de la familia Casas Carmona en el comercio herbolario de la región: sus primeras incursiones mercantiles fuera del barrio de San Agustín**

En el Municipio de Comonfort, la práctica de la medicina tradicional en todo lo relacionado con la producción, comercialización y manejo de plantas, tanto las que proceden del entorno local y regional como de las que se adquieren fuera, (incluyendo el procesamiento de algunas de éstas), lo han realizado generacionalmente las mujeres conocidas como “hierberas”.

Esto se ha llevado a cabo a través de todo un proceso de organización familiar que implica una serie de conocimientos tanto de las propiedades de los productos que se comercializan como del mercado. En torno a lo anterior se han creado estrategias económicas, organizativas y adaptaciones socioculturales ante las transformaciones del entorno en los niveles local, regional, y global. A continuación se hace una breve semblanza sobre los principales cambios que se generaron en la localidad y su entorno inmediato porque ello nos permite ubicar parte de la trayectoria de estas mujeres, aparejada con las transformaciones en su comunidad de origen.

Los primeros lugares a donde la gente de esta comunidad salía a comerciar principalmente frutas y plantas son sitios cercanos, tales como Empalme Escobedo, a donde se podían transportar y llevar su mercancía en burros; el camión de carga y de pasajeros empezó a funcionar hasta el año 1959. Anteriormente la gente que salía del barrio con su carga debía caminar hasta la carretera, que entonces era de terracería, por el camino real. Tiempo después este camino se asfaltó.

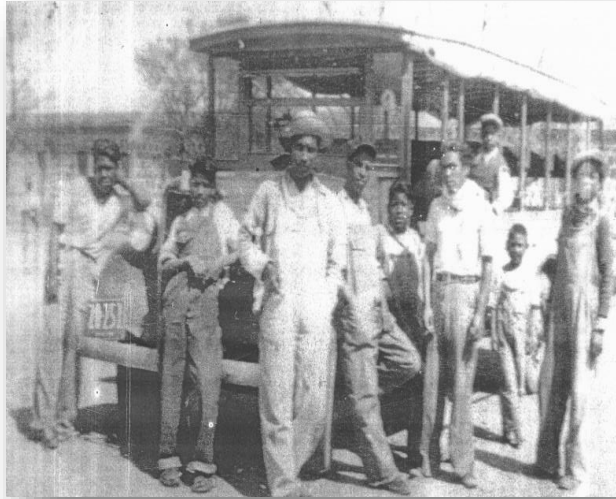
En la época en que no había transporte motorizado las señoras del barrio de San Agustín salían a comerciar esporádicamente, después esto se facilitó cuando hubo un camión que empezó a dar servicio de transporte. Hay quienes recuerdan a don Pablo Casas (iniciador de esta actividad comercial en la familia

Casas Carmona) salir a pie del barrio de San Agustín (Inf. Francisco Bárcenas, mar. 2013).

Debido a que no había servicio de camión hacia Empalme Escobedo, lugar en donde hacía parada el tren de pasajeros la gente se iba caminando y de regreso a Comonfort podían tomar el tren, la otra opción era utilizar burro o a caballo. El tren pasaba en tres horarios; el primero a la 1:40 pm, con destino a la Cd. de México haciendo escala en Querétaro y pueblos del Estado de Hidalgo. Otra salida era a las 3 p.m., y la última, a las cinco de la tarde con destino a Laredo y Monterrey. Las mujeres vendedoras del barrio de San Agustín esperaban el tren en la estación de Empalme Escobedo, subían a vender fruta, comida, gorditas de maíz, tacos sudados, aguacates, varas con limas, duraznos, esto era aproximadamente en el año de 1940:

*“También salían del barrio de San Agustín hombres que trabajaban en la fábrica de Soria, ellos se iba a pie o en bicicleta cuando yo estaba niño. Ya para cuando entro el camión al barrio las vendedoras eran personas de la mediana edad, eran pocas las jóvenes que veía, los maridos acompañaban a las mujeres a llevar sus cosas al camión y nosotros las recibíamos y las echábamos arriba del camión para después amarrarlas”. (inf. Francisco Bárcenas, mar., de 2013).*

**Relevancia del transporte; origen de los primeros camiones respuestas tecnológicas en base a una necesidad y su impacto en la dinámica mercantil local**



Concesionarios de camiones: colección de fotografías de Ana Cruz

Para finales de los años cincuenta (entre 1955 y 1958), los señores Faustino, Pedro Leal, Ismael González, Tomas y Jesús Flores, Felipe Hernández, Torres, fueron dueños de los primeros camiones que transportaban pasajeros y mercancías hacia Celaya, estos eran manufacturados inicialmente por Don Juan Sánchez, después surgió otro taller, propiedad de don Tomás Méndez, donde también se construían este tipo de carros.

Una década después (1965-66), aparecieron camiones modernos, manufacturados por armadoras comerciales, eran cubiertos y con ventanillas, se les podían quitar las mancuernas para ponerles más carga. Los pioneros del transporte en Comonfort compraron este tipo de camiones “trompudos”, comprados a las agencias Ford y Chevrolet, pagándolos a crédito, según menciona el sobrino de Don Pedro Leal, quien también fue “colilla” (es aquella persona que ayudaba a cobrar el pasaje, acomodar a la gente, a subir la mercancía al camión y “echar aguas”) durante su niñez y después ascendió a chofer y posteriormente ingresó a laborar en la empresa Flecha Amarilla. Refiere que varios de quienes iniciaron de ayudantes en los primeros camiones después trabajaron como choferes de esta empresa. De acuerdo con su relato, el iniciador

de esta empresa fue don José Cruz Silva, originario de Comonfort, quien fue propietario de camiones “hechizos”, de los que se hacían en los talleres de don Tomás Méndez y don Juan Sánchez.

“Ya estando en Celaya hacíamos la primera bajada en el mercado de Morelos y en Tres Guerras, se estacionaba el camión frente al sanatorio Celaya, por ahí pasaba la (línea de autobuses) Flecha de Oro, los verdes, después la parada fue afuera del templo del Carmen, y posteriormente en la calle Obregón” (inf. Roberto Leal, May., de 2013).

### **El recorrido de fin de semana en “la jaula”**

Los días sábados, algunas mujeres del barrio de San Agustín iban a Celaya a comprar su mercancía, donde ahora es el mercado de abastos, cerca del tianguis y en el mercado Morelos, para vender el día Domingo en el mercado que se hacía afuera del templo de San Francisco en Comonfort. Don Pedro Leal comenta que:

*-cargábamos verduras como; papas, chiles, cebollas, y también por el petróleo que cargábamos en tambos de 200 litros para acomodarlos le quitábamos las tablas a las bancas del camión, este era para Don Ventura quien vivía en San Agustín, Don Fortino en la calle Juárez, el señor de la tienda de “La Cobacha”, el de “La Rosa”, el señor Ramos Olalde, quien vivía en la calle de Ocampo, eran cinco o seis personas, en muchas casas no había luz y usaban “aparato” (de petróleo).*



Tianguis de los Domingos en la plazoleta de Comonfort: 1930, colección de Balderas

El día domingo, “la jaula”, como la gente local le llamaba al camión de carga y pasajeros, llevaba a las mujeres de la comunidad a Empalme Escobedo y Celaya, a otras las transportaba a la comunidad de Rinconcillo. La familia Leal tenía dos “jaulas”, en ese tiempo duraban todo un día para ir y regresar de Celaya (inf. Roberto Leal, May., de 2013).



“La Jaula”: colección de Pedro Leal

En el recorrido a la comunidad de Rinconcillo recogían gente de las comunidades de intermedias; Arias, La Laja y San Jerónimo. El camión iba tan lleno que subían gente hasta lo más alto del camión; “parecía barquillo” ya que acomodaban gente hasta en la canastilla, en ese entonces “la jaula” (como se denominaba al camión) era de madera, los pasajeros “se jalaban como pudiesen y se subían solo los

hombres, llegaban a treparse hasta treinta personas aparte de los que iban adentro”, (inf. Francisco Bárcenas, Mar., de 2013).

### **La rutina cotidiana; andando se hace camino...**

Don Alberto Bárcenas, quien entonces tendría entre seis y ocho años era “colilla” del chofer del camión conocido como “la jaula”, menciona lo siguiente:

*“-me levantaba a las tres de la mañana y a las cuatro empezábamos a sacar a la gente del barrio San Agustín y de La Palma, la parada comenzaba en donde hoy está ubicada la escuela primaria de La Palma, el viaje era Comonfort-Celaya, la jaula iba cargada de zanahoria, jícama, lima, durazno, hierbas, molcajetes, cantaros de pulque, de regreso la gente se venían en cualquier transporte...*

*Las mujeres primero iban a Escobedo y Celaya, después se empezaron a extenderse a Cortázar, Salamanca e Irapuato, se llenaba el autobús, era pura mujer no llevaban niños y señores, unos tres iban a trabajar de obreros, pura señora grande 40, 50 ó 60 años unas dos chamacas veinte o veinticinco años, el camión se llenaba iban hasta 30 ó 40 personas adentro del camión más las que se iban en la canastilla junto a la mercancía.*

*Arriba del camión había canastillas en donde echaban las canastas de carrizo o “recauderas”, zanahoria en costales de cáñamo, la lima en cajas o arpillas, “yerbitas”, quiote y chayotes cocidos en cubetas, agua miel, jícama, molcajetes, cantaros de pulque todo para vender, de eso se mantenían, el camión llevaba carga todos los días y se llenaba el camión y la canastilla de la parte superior de “la jaula”. (inf. Roberto Leal, May., de 2013)*

*Algunas se bajaban en Escobedo otras hasta Celaya, en el mercado Morelos, ahí tenían puestos y vendían sobre la planchas o sobre el paseo del mercado, antes solo había una sola nave no estaban los puestos que ahora están era una calle libre”.*



En ese tiempo un trayecto de ida y vuelta duraba todo el día debido a que era puro camino de terracería, la carretera que ahora conocemos no existía, el recorrido se hacía por el camino real, en lo que hoy es la calle Juárez y Prolongación de Juárez. Los camiones iban a Empalme Escobedo, cruzaban por el rancho de Guadalupe, pasaban a un lado de San Juan de la Vega y Tenería del Santuario, a un lado de la hacienda de Praderas. En esa época Celaya era un lugar chico, un poco más grande que Comonfort, las calles principales era la Insurgentes y la Merced que era más anchas, había puras callecitas, el pueblo de Celaya abarcaba de la vía a la entrada, después se extendió a colonias como los Laureles y otras pegadas a las vías del tren, anteriormente todo eso era área de sembradío y huizachales, acá por río Laja, (inf. Francisco Bárcenas, Mar., de 2013).

## **EL PROCESO DE APRENDIZAJE AL INTERIOR DE LA FAMILIA**

### **El origen de una tradición comercial herbolaria**

Don Pablo Casas, originario de La Palma es el integrante de más edad en la familia Casas, fue hijo único. Aunque sus papas todavía hablaban el idioma otomí, él ya no, aunque asciende de esta etnia. Cuenta con 97 años de edad, su esposa se llamaba Margarita Hernández Martínez y era originaria del barrio de San Agustín.

La mamá de don Pablo se llamaba Nazaria, era originaria de la Palma, su esposo, don Hermenegildo era de San Agustín. Los padres de la esposa de don Pablo Casas eran Don Pedro Hernández Servín y Doña Francisca Martínez, ambos originarios del barrio de San Agustín.



Don Pablo Casas: colección de Dolores Casas

Don Pablo procreó catorce hijos, actualmente quedan nueve; cinco hombres y siete mujeres, Consuelo de 76 años ya fallecida, Petronilo de 70 años, Ninfa de 68 años, uno más que falleció a los 66 años, Hermenegildo 64 años, Antonio, de 63 años, Dolores de 61 años, Esperanza de 59 años, Rosario de 56 años, Margarita de 54 ya finada, Paola de 51 años y Rubén de 53 años.

Acerca del origen de sus conocimientos sobre la herbolaria, don Pablo menciona lo siguiente:

*“-yo escuche hablar a mi abuela en otomí pero no le entendía, de los años sesenta para atrás hablaban otomí aquí y utilizaban hierbas para curarse decía mi mamá que me curaba con jaltomate amargoso que traía del arenal cuando me dolía la panza, ella no curaba con hierbas, el médico se usó cuando ya estábamos grandes, dicen mis abuelos que las gentes eran muy pobres aquí”.*



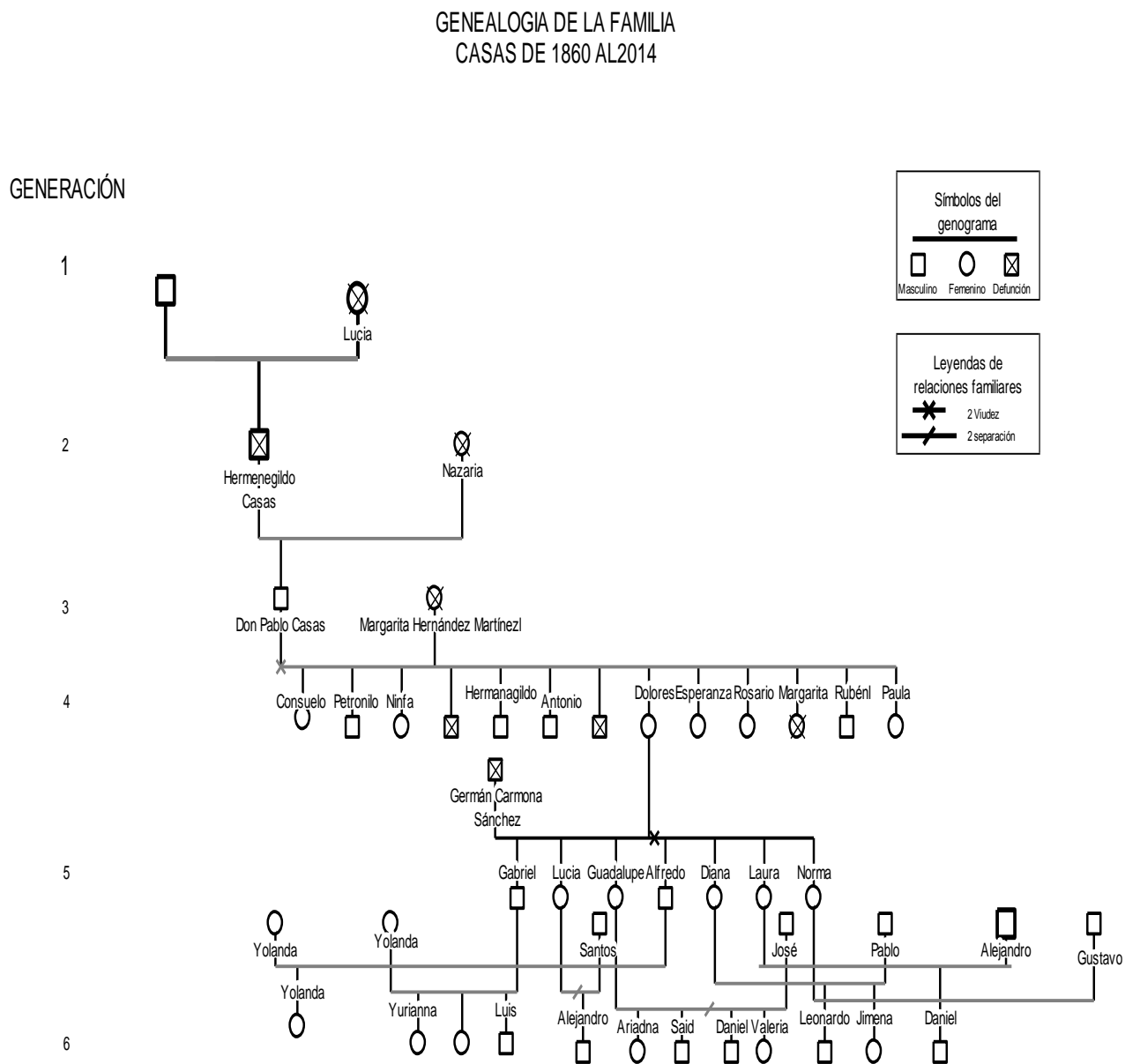
Don Pablo Casas y su familia: colección de Dolores Casas

su Concepción y Santo Cristo Santiaguito, ahí nosotros acostumbábamos acostar el niño Dios y reunirnos el fin de año y hacer velación en la noche, toda la familia iba a la capilla, también lo hacían los Mexicano, los Florencio porque todas las familias tenían sus capillas”.

Doña Dolores Casas hija de Don Pablo Casas, recuerda haber visto de niña las capillas y “los calvaritos” en las huertas de las casas ubicadas en el barrio, dice

que utilizaban un somador, le echaban brazas, romero, copal y en el calvarito tenían un Cristo y en la capilla a los santitos.(inf. Dolores Casas, Abril, de 2012)

Figura 1.1. Genealogía de familia Casas abarcando seis generaciones



Fuente:Elaboración propia en base a la información de los participantes en GENOPRO

## Los primeros destinos de venta de la Familia Casas

Al respecto, don Pablo Casas menciona lo siguiente:

*Mi abuelita Lucia, que vivía en el barrio de la Palma, hacía doce cuarterones de tortillas y las cargaba en un bote, se iba a vender a la casa redonda en donde vivían los ferrocarrileros en Empalme Escobedo, recuerdo que me iba descalzo a las tres o cuatro de la mañana al molino, tenía como doce años, diario hacia como doce o trece cuarterones íbamos al molino de la hermana del “Colunga”, doña Inés la molinera, ella siempre me abrazaba y me decía:- “hay llego don Pablito” esa mujer era muy antojada. En ese entonces tenía como doce años.*

Asimismo, Don Pablo comenta que, como a las diez de la mañana su abuela terminaba de hacer tortillas, él ayudaba acomodarlas en el tazcal que se llevaba a Escobedo, en ese entonces no había camión de pasajeros, se iban a pie, burro o caballo; “me daba para gastar, yo me quedaba en La Palma con mi abuelita a dormir”.

Su familia también se dedicaba a las labores del campo en las tierras que poseían; el abuelo de doña Lola tenía una huerta. En esa época -hace unos sesenta años- comenzaron a llevar a vender a Celaya mísperos, aguacate, limas, granadas. Posteriormente las hermanas mayores de doña Lola se incorporaron al negocio, junto con su mamá porque conocían el uso de las plantas.

Cuando Don Pablo Casas empezó a ir a vender hierbas y frutas a Cortázar ya estaba casado y tenía tres hijos, en ese entonces también salía a vender doña Ceferina Mexicano y su hija, ellas iban al mercado de Cortázar y después comenzaron a desplazarse a Salamanca, a donde llevaban aguacates, limas, duraznos, limones y limón real, tunas menciona- “vendíamos re bién”.

## **Primeras Relaciones con los Proveedores y Productos Locales**

Don Pablo Casas refiere que en el barrio de San Agustín había muchas huertas, por lo que los productos que llevaban a vender se conseguían aquí mismo, sus hijos se dedicaban a sacar jícamas o cortaban limas. En su huerta sembraban hierbabuena, manzanilla, toronjiles, ruda, ajos y cebolla, lima, durazno y aguacate, también mercadeaban molcajetes y metates ya que en lugares como Salamanca no existían esos productos.

Don Pablo y su esposa salían a vender primero a Cortázar y después a Salamanca, en ese entonces pasaban de los cincuenta años de edad, no tenían un local fijo sino que vendían en la banqueta, en las calles o a las orillas del centro, en las colonias del municipio de Cortázar. En el puesto de venta ofertaban limas, aguacates, mísperos, duraznos, jícamas, zanahoria, hierbas como hierbabuena, toronjiles, albahaca, romero, mastranto, manrubio, copal, manzanilla y otras, así como trastes, molcajetes, metates, canastas, *“todo eso vendíamos”* (inf. Pablo Casas, Sept., de 2012).

## **Relevancia del transporte en la trayectoria mercantil de doña Dolores Casas, hierbera del barrio de San Agustín**

Doña Lola Casas recuerda la época en que salía a vender, transportándose en autobús; se trataba de los autobuses que salían de Comonfort a las dos o tres y media de la mañana, pasaban a la comunidad de La Palma recogiendo a la gente que iba a trabajar a Celaya, era la famosa “jaula”, propiedad de los (integrantes de la familia) Leal.

Luego, en la década de los años 60’s, en el Barrio de San Agustín empezaron a tener presencia camiones de la marca Ford y Chevrolet. Hacían su recorrido hacia Celaya, posteriormente se construyó la central camionera de Comonfort. En esa época Doña Lola Casas contrató a un señor del barrio para que la transportara a Salamanca, éste fue de las primeras personas en tener una camioneta en el lugar. Luego (no se precisan fechas) se contrató a un taxista para

que las transportara a ella y a su hermana Ninfa, esto lo hacían alrededor de las cinco de la mañana teniendo como destino Salamanca. Norma (Hija de doña Lola) recuerda que, después de cinco años, salían hacia Salamanca con su tía Ninfa a las seis de la mañana, quien compró una camioneta por lo cual ya no era necesario trasladarse tan temprano regresando alrededor de las cinco de la tarde. Esta dinámica fue así hasta que se hicieron de su propio vehículo como se describe enseguida.

### ***Andar y andar los caminos...Los medios de transporte modernos y la dinámica comercial de las nuevas generaciones de hierberas***

Con el transcurso de los años en esta actividad, la familia Carmona Casas adquirió una camioneta pick up Nissan doble cabina modelo 1988, de esto hace alrededor de quince años (finales de los años 90). Para ello contaron con la ayuda del hijo mayor de doña Lola, quien trabajaba en Estados Unidos y les envió dinero para equipar el vehículo con un camper. De esta manera pudieron adquirir y vender más artículos así como ampliar el surtido de las tiendas, hubo un mejor manejo de los productos y se comenzaron a ampliar las tiendas. Introdujeron la venta de plantas de invernadero y árboles frutales ya que solo tenían hierbas frescas; incluyeron plantas de temporada de invierno como; tulipanes, nochebuenas y rosales para el festejo del Día de las Madres, etc. Se acudía a los invernaderos en San Juan del Río (Querétaro) y Atlacomulco (Estado de México).

Ampliar las posibilidades del negocio implicó otros aprendizajes, como lo refiere Santos Hernández, quien fuera pareja de Lucía:

*No conocíamos (las carreteras) y preguntamos la manera más fácil de llegar (a Atlacomulco), las carreteras se fueron descubriendo, uno de los primeros caminos que tomamos para llegar fue el de la autopista a México por la carretera del Valle de los espejos, son puros voladeros, haciendo un recorrido de tres horas. Después se encontró otro camino más corto por el lado de Apaseo el Alto, rumbo Acámbaro-Jerecuaro, para salir a Maravatío que nos llevó directo a Toluca, haciendo un promedio de una hora y media. Con el tiempo se fueron conociendo y*

*descubriendo nuevos caminos, recuerdo haber tomado el tiempo, viendo qué tan mal estaban las carreteras y así nos fuimos ahorrando gastos y con menores riesgos.*

A su vez, sobre este punto, Norma recuerda que cuando su hermana Lucy vivía en Comonfort, se iba hasta el Estado México y Michoacán a comprar parte de la mercancía, según dice: *“ella es aventada y se iba a los peligros”*. (inf. Norma Carmona, Nov., de 2013).

## **LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA FAMILIA CASAS CARMONA**

### **La figura emblemática de doña Dolores Casas Hernández y su influencia en sus descendiente**

La familia está integrada por la Sra. Dolores Casas quien es originaria del barrio de San Agustín, en Comonfort, y sus hijas. Ella tiene 62 años de edad, y estudió hasta la instrucción primaria.

Doña Lola menciona que sus abuelos hablaban otomí, pertenecían a esta etnia. A la edad de ocho años ella comenzó ayudar en la venta de hierbas, y a la edad de doce años se iba ayudarles a Cortázar. Sus padres salían a vender a Cortázar, en aquel entonces tendría como doce años. Recuerda que su mamá la instruía de la siguiente manera: *“Eso (el manejo de las hierbas) se aprende escuchando y oyendo, eso es lo que mi mamá recomendaba, yo escuchaba a mi mamá decir; uno debe aprender a escuchar”*.

De alguna manera, doña Lola da continuidad a una actividad de dos generaciones anteriores; su abuelita tenía huertas con árboles frutales y hierbas de la región; casi todos sus hermanos y hermanas iban a vender lo que obtenían de la huerta, luego, en la medida en que se fueron casando, sus papas salían solos a hacer la venta (inf. Dolores Casas, Dic. del 2012). Podemos decir que

doña Lola continúa y diversifica esta tradición, conformando una empresa familiar exitosa, a la vez que sintetiza y recrea una serie de conocimientos que ha transmitido a sus hijas, tanto en lo que concierne a las propiedades de los productos que manejan, como en lo relacionado con los secretos del mercado.

### **Transmisión de saberes y organización doméstica del trabajo**

En el caso de esta familia, la transmisión y ampliación de este tipo de conocimientos tanto de los productos como del mercado y el trato con la gente, es de gran importancia para la consolidación de esta empresa familiar. Llama la atención la manera en la que doña Lola fue involucrando a sus hijas en el negocio y cómo éstas a su vez lo hacen con sus respectivos hijos.

Doña Lola recuerda que su mamá los ponía a escoger el aguacate, lavar las plantas y ponerlas en agua, cada quien sabía su área, *“por ejemplo a mí me tocaba escoger el aguacate verde y el maduro para después acomodarlo en cajas, a otro lavar el tomillo y la mejorana para después amarrarlas, otros acomodaban en ramitos, las margaritas”*, posteriormente todo se colocaba en cubetas y canastas de carrizo, debía dejar todo listo y limpio para el día siguiente porque: *“todos íbamos al ritmo de vida de mis padres, nos distribuían las actividades, sin embargo, éramos muchos y no había mucho que hacer”*

También en casa, a ella le tocaba escoger la fruta, su papá la acomodaba en las canastas de carrizo, a veces no iban a vender porque tenían que ir al campo uno o dos días a escardar y sembrar. Generalmente vendían en las épocas que había fruta de temporada; durante los meses de Junio a Agosto llevaban; flores, plantas y fruta. A los doce años recuerda que sus padres no tenían un lugar fijo de venta, se acomodaban en las puertas del local que hoy tiene (doña Dolores), pagaban por el derecho de piso, al respecto recuerda lo siguiente:



*“yo cuidaba a los pequeños en ratos y ayudaba a vender, por lo general me llevaban para cargar a mis hermanos menores y si me quedaba en casa era para hacer el almuerzo a mis hermanos mayores. Cuando crecí, casi no ayudaba, pero cuando me quedo viuda me tuve que enfocarme a venta de las plantas”.*

Cuando doña Lola cumplió 35 años, se casó y se fue vivir al Estado de Guerrero porque su esposo era originario de ese lugar, ambos trabajaban en el campo, pero cuando regresó a vivir Comonfort no tenía una base económica por lo que comenzó a trabajar con su papá, quien ya en ese entonces hacía su venta en Salamanca. Ella inició a vender en las calles sobre las banquetas, después de diez años tuvo su primer local y a los quince años tuvo un segundo local, actualmente posee el local en donde están sus hijas Norma y Laura, así como el local que tiene su yerno ubicado en la calle Abasolo.

Asimismo, doña Lola comenta que en esa época se colocaba adelante del local que hoy tiene ubicado en la calle cinco de Mayo de la Ciudad de Salamanca Guanajuato, en ese entonces llevaba frutas del municipio y comenta que le da gusto que la gente diga: *vayan con doña Lola porque tiene de todo, y les digo, me da gusto que no se van con las manos vacías porque encuentran lo que buscan, uno también progresa, con el paso de los años tengo de lo mismo y algo más, para que se lleven lo que buscan”,*(inf. Dolores Casas, Oct., de 2013).

Todas las hijas de doña Lola sabían la actividad que les correspondía, según les era asignada, como el conseguir la mercancía que se llevarían al día siguiente al mercado, se turnaban para acompañarla cada día en las ventas, primero la acompañaban los hijos mayores: Alfredo, Lucía, Guadalupe, y después las más chicas; *“andábamos en la calle, gracias a Dios ya no nos afecta el frío pues tenemos un local, ni los inspectores nos pueden quitar”* comenta doña Dolores. En los períodos de vacaciones todos sus hijos iban a ayudarla, en época de clases se trasladaba sola. Ella regresaba entre seis y siete de la noche y debían acomodar toda la mercancía, a cada uno de sus hijos le asignaba una

tarea, por ejemplo había quien pesaba la miel, otra debía hacer manojos de las hierbas, separar y escoger la fruta, etcétera. (ver cuadro 1.1)

De esta manera, sus hijos fueron desarrollando ciertas habilidades, por ejemplo; Guadalupe tenía la habilidad de cortar los bastidores, hacer los cuadros, ponerlos en platos de unicel y cerrarlos. A Diana le asignaban buscar a la gente para que llevara las plantas a la casa, Lucy hacía de todo, el hijo mayor que ahora está en Atlanta USA, ayudaba en la huerta a cuidar lo que se sembraba como la ruda, mejorana, tomillo, te de limón, árboles frutales (guayaba, aguacate), plantas que le pedían los clientes. Alfredo es el hijo menor de los dos varones, de pequeño no le gustaba ir a vender, prefería quedarse ayudar en la huerta, actualmente está encargado de ésta, anteriormente tenían un trabajador que sembraba la hectárea (esta huerta cuenta con pozo propio), hoy también hay plantas de naranja agria y siembran te de limón, manzanilla, toronjiles, albahacar, tomillo, mejorana, ruda, y otras. (inf. Santos Hernández, Sep., de 2012)

*“Cuando Norma empezó a ir (a vender) ya no nos mojábamos ni corríamos al baño al mercado, porque antes ni quien nos diera permiso para entrar al baño, había temporadas en que me llevaba a una o a otra de mis hijas y cuando se iban a la escuela tenía que irme sola”.*

Doña Lola menciona que todo (el movimiento comercial) se fue dando porque la gente empezó a pedir más cosas y me decían: *-“oiga no trae esta hierba o esta otra”*, y comencé surtiendo más, pero fue mi hija Lucy quién comenzó a cambiar la forma de vender, recuerdo que un día llegué de Salamanca y tenía el local abierto en la puerta de la casa, en donde había acomodado en trastes de plástico la tila, azares y otras hierbas secas en ese entonces tenía como 16 ó 17 años, ella quería ganar dinero, yo ganaba bien poquito, *“cuando uno es comerciante lo trae en la sangre”*, recuerdo cómo mi hija Diana hacía bolsitas de miel y las vendía en la escuela a sus compañeras teniendo menos de diez años. (ver cuadro 1.3)

Lucía Carmona Casas, quien actualmente radica en Atlanta, Georgia, USA., desde hace más de tres años, abrió un local a finales del 2012 en donde vendía productos de herbolaria de marca tres días a la semana, de 8:00 am a 8:00 p.m., la forma como consiguió los productos fue a través de intermediarios vía internet; hacía el pedido y le llegaba el producto por paquetería a su domicilio. Cerró el local para buscar otro trabajo, también trabajo en una taquería, ahí mismo hay una área de mensajería de la cual se hizo cargo. (inf. Dolores Casas, Oct. 2013).

Lucía obtiene la información necesaria a través del laboratorio HERBAL SOLUTION, con el que se ha contactado; “ellos (el laboratorio) la buscaron y nosotras abrimos un correo para que se contactaran con ella”. La estrategia que Lucía utilizó para vender es no mostrar físicamente el producto, sino que lo daba a conocer vía internet al cliente explicándole las propiedades y usos del producto, ya concretada la operación hacía el pedido por correo y lo recibía por paquetería.

Actualmente abrió nuevamente un local en un mercado hispano en la ciudad de Atlanta Georgia en donde vende plantas secas a granel y productos de laboratorio, comenzó abriendo sólo los fines de semana actualmente lo hace también entre semana. A incorporado a su hijo Alejandro (actualmente tiene 13 años) quien le ayuda acomodar la mercancía en el local.

Se describen a continuación los testimonios de las hijas de doña Lola sobre sus inicios en esta actividad y las principales dificultades que debieron sortear para consolidar el negocio.

### **Remembranzas de Diana Carmona Casas**

Diana recuerda haber comenzado a ayudar a su mamá a los siete años, le tocaba ir a buscar las plantas, casi siempre la casa fue una bodega, diario estaba llena de hierbas, plantas, frutas, canastas, molcajetes, recuerda que su mamá les decía: *“quiero que me arreglen esto, porque mañana me lo voy a llevar”*. Su mamá vendía de todo; aguacate, flores, preparados para la gripa y tos, hígado de zorrillo,

hierbabuena, tomillo, mejorana, flor de tila, valeriana y otras plantas. Diana recuerda que cada una de sus hermanas hacía alguna actividad:

*Mi mamá nos organizaba, nos dejaba lo que teníamos que hacer a cada una, lo de la huerta lo hacíamos cuando llegábamos o llegaba ella, nos quedábamos un rato limpiando las plantas, a Salamanca nos llevaba cada ocho días y en vacaciones, por lo regular entre semana se iba sola.*

En Salamanca se hacía de todo lo que tenía que ver con la venta, menciona que se levantaban desde las cuatro de la mañana y se iban a la parada “del caño”, a esperar el camión, después se comenzaron a trasladar en un taxi que las dejaba sobre la calle 5 de Mayo en Salamanca, rápidamente había que descargar y acomodar el puesto sobre la banqueta, no tenían mucho espacio, colocaban las plantas más importantes arriba y las que más se vendía, se le hacía espacio a las plantas secas y a granel, las limas, chirimoyas, aguacates y granadas.

A las hermanas Carmona Casas las mandaban a colocar un puesto de venta en las otras calles del centro de Salamanca con fruta de temporada, sobre lo que Diana refiere que:

*- Yo tendría como siete años, mi mamá nos decía -hay que atender bien a la gente ofrecerles antes que te pregunten y decirles; -¿qué va a querer?, ¿qué va a llevar?, aprendimos al ver como ella recomendaba las cosas, también se aprende en casa porque es negocio familiar. Nos ponían desde sembrarlas, cosecharlas y venderlas en el puesto, generalmente llegábamos entre las cinco y seis de la tarde todos los días, después comíamos para ir a la huerta a cortar y preparar lo que llevaríamos para el siguiente día. Mi hermano mayor (Gabriel) también le toco ir a vender con nosotras pero cuando creció decidió irse a Estados Unidos y mi hermano Alfredo uno de los más chicos se dedica a cuidar la huerta y darle mantenimiento y en cuanto a las ganancias de la venta las manejaba mi mamá.*

Cuando escaseaban las frutas como el aguacate y la fruta de temporada, había que ir a buscar en donde fuese posible, pero también había dueños de

las huertas que le llevaban a ofrecer a mi mamá aguacate, granada, membrillo y lima. Actualmente, su estrategia comercial consiste en *“combinar los medicamentos de laboratorio con los plantas ya sean secas o frescas”*, (Inf. Diana Carmona, Ago. del 2013).

### **El testimonio de Laura Carmona Casas**

Laura Carmona Casas incursionó en la venta desde la edad de siete años (quien actualmente cuenta con 29 años y un poco más de 20 en el negocio de la venta de productos naturistas y de la herbolaria) cuando doña Lola la empezó a llevar consigo a vender. De sus recuerdos refiere cómo fue este proceso de enseñanza y aprendizaje sobre el mercado:

*“(Mi mamá) me puso en la calle Aldama, con una caja de madera con limas, aguacates, tomillo, de ahí nos pasaba a recoger a mí y mis hermanas más grandes como a las tres de la tarde, ya para ese entonces vendía también en la casa por la tarde cuando no iba a Salamanca por estar en la escuela, poco a poco nos dejaba hierbas hasta de doce bolsas de té para los nervios y riñones*(inf. Laura Carmona, Jun. de 2013).

Por su parte, Lucía, Lupe y Diana, se hicieron cargo de la tienda que está ubicada en San Agustín, en su casa. Doña Lola les llevaba libros para leer sobre herbolaria, les pedía que se grabaran la imagen de cada hierba, desde entonces, Laura recuerda haber ido a la sierra con su abuela y tías para recolectar hierbas, ahí les explicaban para qué servía cada planta.

Al inicio comenzaba vendiendo lo básico de hierbas para la comida, así como fruta, mientras se les iba enseñando los tipos de plantas y sus usos, porque su mamá no quería que dieran un remedio equivocado a su clientela, también les indicaba que, *“observáramos lo que ella nos daba, poco a poco nos iba dando más mercancía, nos fue dejando para ver cómo reaccionaba la gente con nosotras, nos registró al cumplir la mayoría de edad, para que los (inspectores) que*

*checaran no nos quitaran del lugar, porque si no teníamos el permiso nos podrían desalojar.”*

### **El testimonio de Norma Carmona Casas**

Norma recuerda haber tenido entre siete y ocho años de edad cuando salía a hacer la venta en la calle paralela a la calle 5 de Mayo;

*Me ponía mi mamá tres cajas con aguacates, limas y hierbas como la mejorana y tomillo para guisar, manzanilla. Tenía como once o doce años cuando comencé a identificar más plantas, uno también escuchaba qué compraban y comencé a identificary aprender, y mi mamá me decía: – si vendes o no te vas a la tienda. Ella estaba en la calle afuera del local que hoy tiene.*

Norma comenta que ésta es una tradición de familia debido a que;

*- “Tú solo te das la fama, la gente no es tonta, se da cuenta cuando sabes y cuando no, nosotras somos conscientes en los precios, no damos caro, sino lo justo. Nos interesa ayudar a la gente y que realmente tenga un beneficio físico y económico a través de nuestros productos y de las hierbas... En toda muestra tienda tenemos productos naturistas, no metemos productos esotéricos porque podemos abrir otras puertas, si vendemos velas en la época de Diciembre pero son para las coronas de adviento porque si Dios te va a dar algo te lo debes de ganar, la fe cuenta mucho. Salamanca es muy importante para mí porque allá esta mi vida, y paso más tiempo ahí que en mi lugar de origen, en las noches cuando llego a Comonfort solo es para dormir y descansar”. (inf. Norma Carmona, Nov., de 2013).*

### **La generación de reemplazo; los nietos Leonardo y Jimena**

Los hijos de Diana; Leo y Jimena ya han empezado a aprender los secretos de esta activad, de la forma en que se refiere enseguida;

*“Los pongo a empaquetar y voy diciéndoles qué planta es, yo recuerdo que mi mamá nos recompensaba por ayudarle y por el trabajo que hacíamos, siempre*

*fue justa, nos enseñó que al hacer algo debería haber justicia en el momento de repartir las ganancias, por eso yo les digo: -ayúdenme y les voy a dar un porcentaje y mis dos hijos Leo de 10 años y Jimena de 7 años me ayudan a identificar las plantas y tés además de acomodarlas”. (Inf. Diana Carmona, ago., 2013).*

*En el caso del hijo de Laura, aunque solo cuenta con seis años ya lo pone acomodar las plantas, mientras que Alejandro hijo de Lucia (quien actualmente radica en Atlanta, Georgia) ayuda a su mamá acomodar la mercancía en el local que tiene en un mercado mexicano.*

Respecto al rol y actividades de los esposos, Gustavo, quien es esposo de Norma ya sabe identificar las plantas al igual que Alex el esposo de Laura, la forma como ellos aprendieron fue ponerles una indicación escrita a las plantas, en un inicio se les dificultó y preguntaban constantemente; “*si, es esto y para qué sirve*” (inf. Norma Carmona, Nov., de 2013).

Ante las nuevas tecnologías en información y comunicación, aunque las hijas de doña Lola aprendieron directamente a partir de ella, ahora también obtienen información vía internet, además de que cada proveedor les explica cómo usar los productos de laboratorio que venden, también se apoyan en libros. De esta manera, aun cuando los extractos tengan nombres distintos, saben para qué sirven e identifican la planta de que se trate (inf. Laura Carmona, jun. de 2013).

### **Cómo ha sido la educación formal e informal en la preparación y capacitación de las hijas de Doña Dolores Casas Martínez**

Lucía Carmona tiene 38 años de edad, estudió hasta el bachillerato e hizo una carrera técnica en auxiliar contable en el ITSI en Celaya Guanajuato, estudió también un Diplomado en Quiniociología, en San Juan del Río, Qro.

Diana Carmona tiene actualmente 31 años, estudió hasta el segundo semestre de prepa, ha tomado diversas capacitaciones en Celaya; una de ellas fue sobre herbolaria, medicina psicosomática, de esto se enteró por el radio aunque

también se ofrecen otros cursos. Otro tipo de capacitación es la información que les han proporcionado los mismos proveedores sobre algunos tipos de cursos y los lugares donde se llevarán a cabo. Diana expresa su deseo de ingresar a la Escuela Tradicional en Irapuato, Gto., para aprender a aplicar ventosas y el estudio del iris, *“me interesa seguir preparándome”*...

También menciona que le gustaría hacer crecer su negocio, esto lo va a concretizar hasta que se mude a un lugar más amplio, le gustaría incluir un área de masaje y temazcal, también le gustaría tomar un curso de reflexología e iriología, piensa en crecer más su negocio contando con el apoyo de su esposo, quien le ayuda y conoce casi todas las plantas (Inf. Diana Carmona, Agos. de 2013).

Laura Carmona tiene 29 años de edad, durante el bachillerato estudiaba y trabajaba porque le “echaba la mano” a su hermana Lucy en su tienda, para ese entonces ya recetaba y el último año de bachillerato lo hizo en Salamanca. Refiere que su hermana Lucy quería tener un vivero de plantas pero no lo logró:

*“En ese tiempo yo estaba en Celaya. Me regreso a Salamanca, de aquí me voy a México y conozco más cosas, como el sacar las propiedades de las plantas”*. Permaneció cuatro años allá, recibió capacitación por parte de la escuela de Chapingo con un herbolario para aprender a elaborar extractos, temazcales, jabones, pero no puse en práctica el temazcal porque falta material y dinero, quise vender materia prima para hacer formulas pero es muy caro, aunque si lo hago por encargo a tres laboratorios que me pagan de contado y ellos solo ponen su etiqueta porque los laboratorios me mandan el material y me dicen: *-tu encapsúlame*lo.

*“Ellos tienen permiso y solo le pegan la etiqueta y lo mandan a la venta, a mí me pagan un porcentaje por hacer la formula, pero tengo que rentar la máquina para encapsular, me manden la mercancía molida y encapsulo en dos o tres meses”*. . . (inf. Laura Carmona, Jun., 2013)



Laura menciona también que; *“tengo la ambición de hacer pomadas, pastillas, jarabes, lo hemos hecho como prueba y para nosotras mismas como las pomadas, extractos, tinturas, gotas pero aun no sacamos nuestra marca. Hay un doctor en Querétaro, Don Darío Jiménez que también nos enseñó a mí, a Diana y a mi cuñado Gustavo.*

Norma Carmona tiene 26 años de edad, terminó la instrucción preparatoria con carrera técnica en computación en el ITSI en Celaya Guanajuato, doña Lola investigó para que entrara a estudiar en la Universidad Autónoma de Chapingo, a donde acudió a tomar algunos cursos pero no le gustó la forma de trabajar, después, junto con sus hermanas tomó un diplomado de quiniociología en San Juan del Río para acomodar columna, faltando dos meses les comentaron que tenían que ir a Cuba y pagar veinte mil pesos y regresando nos darían el título, cree que fue puro negocio no le gustó.

Norma refiere que su hermana Lucy, como era la mayor de las mujeres, tenía que cuidar a las demás; *“por eso cuando ella abrió el local de la casa vendía para darnos de comer, ella me animó a estudiar la carrera técnica en informática yo quería enfermería para complementar con la medicina tradicional, pero lo hice por ella, para darle gusto porque le debemos mucho”.* (inf. Norma Carmona, nov., de 2013).

### **Organización del espacio de trabajo**

Otra parte importante a destacar es que Lucía Carmona y su esposo comenzaron a empaquetar en bolsitas las hierbas que anteriormente solo tenían en costales, esto se hizo porque les interesaba medir la cantidad y el rendimiento del producto para poder determinar la ganancia por costal.

Santos Hernández, quien fuera entonces esposo de Lucía, refiere que tenían en cajas los productos y las hierbas en costales, después incluyeron trastes, también tuvieron la idea de hacer varios armes (estructuras) para meter los recipientes de plástico mandando hacer tres, una para la tienda de Lucy en

Comonfort y dos para su mamá (destinados a los locales de Salamanca y San Agustín). Ahora ya tenían los estantes pero las hierbas estaban en costales, por lo cual, se decidió sacarlas en la presentación de la canastita con su nombre, para esto, sirvió la idea de hacer el arme para colocar los recipientes de plástico, comenta que las ideas siempre fueron de Lucy: –*ella ha sido la innovadora de la familia*”. (inf. Santos Hernández, oct., de 2013)

Los estantes que integran el local de Norma fueron colocados por doña Lola a partir de las ideas de Lucy, hace aproximadamente trece años se comenzó a empaquetar las hierbas todos los días, entonces se decidió que los estantes se dividieran con un cartón para lo cual se cortaba papel cascarón en forma de “T” y ahí se acomodaban las bolsas de las diferentes plantas o compuestos medicinales, de esta manera se iban llenando los espacios. Este procedimiento se llevaba a cabo en los dos locales de Salamanca y esta idea se aplicó también en los locales de Comonfort. Un ejemplo es la piedra blanca, que se comenzó a empaquetar en bolsitas de diferentes medidas para poder contabilizar cuántas contenía un costal y poder calcular las ganancias.

El local de doña Lola está compuesto por dos cuartos continuos de 4 por 4 metros, al fondo del local tiene estantes con medicamentos de laboratorio, y en la parte de enfrente hay plantas secas así como frescas, frutas, arboles de ornato y miel. (ver apéndice). Además de tener una segunda vitrina con medicamentos de patente del lado derecho y de lado izquierdo otro estante con gotas, pomadas así como manojos de hierbas secas.

Por otro lado en la parte afuera del local y sobre la banquetta se acomodan cajas de madera con plantas frescas. Del lado izquierdo se colocan pilas de aguacates, limas, duraznos, granadas, y debajo de estas cajas acomoda manojos de hierbas secas que va sacando según sea la demanda.

En el local de Diana la mercancía está distribuida de la siguiente manera; en la parte exterior del local tiene acomodado en cajas masetas con plantas de toronjiles, albahacar, patas de elefante y otras están sobre la banquetta, al lado

derecho de la puerta tiene una mesa donde se colocan recipientes de  $\frac{1}{4}$  de litro de miel, plantas frescas y polen. En el interior del local de lado izquierdo se observa una vitrina con medicamentos de laboratorio, y de lado derecho hay estantes con hierbas secas acomodadas en manojos, mientras que al fondo se ubica una vitrina que contiene cremas, medicamentos, jabones, gotas y otros productos de laboratorio (Inf. Diana Carmona, Agos. de 2013).

En el caso del local de Laura, ella tiene acomodado su local de la siguiente manera; en la parte interior a lado derecho hay una vitrina que contiene productos de caja, y de lado derecho otra vitrina de 3 por 2 metros de altura en donde están se han colocados cremas, pomadas, gotas y productos para adelgazar, enseguida hay otro estante con shampos, al fondo hay mostrador donde se exhiben plantas secas empaquetadas, y de lado izquierdo hay un refrigerador de la compañía Pepsi-cola que contiene botellas de agua y al lado un estante con plantas secas acomodadas en manojos. (ver apéndice)

En la parte exterior de la tienda de lado izquierdo al nivel de la puerta hay una caja de madera que contiene montones de aguacates, y del lado derecho se una mesa con vasos de miel, promociones de productos y un exhibidor de dos por dos metros en donde se coloca propaganda y se cuelgan otros productos (inf. Laura Carmona, Jun., de 2013).

En cuanto al local de Norma este tiene dos espacios continuos de 4x4 metros de altura. A la entrada del local se encuentran acomodadas sobre una mesa frutas de la temporada, vasos de miel, polen, molcajetes y propaganda de algunos productos. En el interior del local de lado derecho esta una mesa con productos de oferta como el jugo “noni”, mientras que en la parte izquierda hay un estante con cremas, shampos de varias marcas y en el lado derecho medicamentos de laboratorio. Para llegar al espacio de atrás hay que cruzar una puerta que cuenta con repisas a los lados y estas tienen gotas de diferentes plantas y laboratorios. (ver apéndice)

En el segundo local, ubicado en la parte de atrás se observa un mostrador con productos como: uña de gato, esencias, maquillajes, desodorantes, de lado derecho hay un estante con productos de laboratorio y hierbas secas en manojos, y del izquierdo medicamento de laboratorio al igual que en el mostrador que se ve al fondo de local.

Es importante destacar que Norma refiere que ella y su esposo han comenzado a innovar y acomodar nuevas cosas en el local más nuevo y explica: *El local que abrí junto con mi esposo Gustavo lo pintamos de manera diferente, él puso cosas nuevas, cuando fue la inauguración regaló cosas, hubo payasos, hicimos propaganda, a él le gusta mover cosas y acomodar de manera diferente los espacios del local, ya la gente "le cree que sabe" aunque hay quien le dice: - ¿tú que eres? hijo, yerno, no eres de la familia, pero poco a poco ha comenzado a dominar los nombres y usos de las plantas, tanto él como el esposo de mi hermana Laura, mi compadre Alex.* (inf. Norma Carmona, Nov., de 2013).

### **Nuevas formas de relacionarse con los proveedores**

Es importante destacar las formas como actualmente las hijas de doña Dolores Casas entablan relaciones comerciales con proveedores de algunos estados de la República Mexicana, incluyendo la región del bajío. Norma Carmona menciona que trabajan de forma directa con distribuidores del mercado de Sonora, Querétaro, Guadalajara, Estado de México y Monterrey siendo los lugares donde más se practica la siembra y producción de envasado de hierbas, en el caso del Bajío, tiene intermediarios en Irapuato y Celaya pero hay quienes pasan a sus locales a llevarles las hierbas o quienes llegan a ofrecer sus productos.

Por ejemplo, hay un proveedor de Valle de Santiago que les surte la mercancía ya sea por kilos o por costales, tiene más de diez años trabajando con él, anteriormente era acaparador de hierbas en la región y en la actualidad trabaja de forma directa en el mercado de Sonora. Hay otros acaparadores con los que trabaja Doña Dolores y sus hijas, por ejemplo; los azahares los trae una persona de San Luis Potosí, el cachalalate para preparar té viene de Michoacán, la planta

de “ni” y la cascara de mangle es extraída de los manglares en la costa del estado de Guerrero, la mayoría de los distribuidores les surten de forma directa entre 15 y 20 costales. Todos los proveedores llegan con doña Dolores y además, dos o tres veces por semana acuden a las siete de la mañana al mercado de abastos de Celaya, Guanajuato a comprar manojos de toronjiles, mejorana, hierbabuena, manzanilla y otras hierbas, porque la cantidad que consiguen en el municipio de Comonfort no es suficiente para su venta diaria.

Norma menciona que los productos de laboratorio se adquieren de la siguiente manera: *se llama (por teléfono) y se hace el pedido a los proveedores quienes nos mandan los productos por paquetería ya sea a Celaya o Salamanca, en el caso de mi mamá y hermanas vienen a traerles directo el producto, aunque también hay distribuidores que tienen la ruta Guadalajara-México y pasan a levantar los pedidos, a ellos les encargo algunos productos* (inf. Norma Carmona, Nov., 2013).

Una estrategia más para conseguir ciertas hierbas es el traslado que la familia realiza en los meses de Septiembre y Octubre a la comunidad de Peña Alta, perteneciente al municipio de San Diego de la Unión, donde a decir de Diana: *nos quedamos un día y en la tarde nos dedicamos a recolectar hierbas en la zona, acampamos y nos regresamos al día siguiente, recuerdo que esto lo hacíamos desde pequeñas, en aquel entonces nos acompañaban mis tías y mi abuelita.* (inf. Diana Carmona, Agos., 2013).

Cuadro 1.1. Estrategias utilizadas por la Familia Casas durante seis generaciones

Generaciones	Uso del transporte	Organización de la unidad doméstica	Adquisición de primeros conocimientos	Proveedores	Uso de las tecnologías de la información	Organización de los espacios de trabajo
<b>Primera</b>	A pie y en burro	Asigna una sola actividad	A los doce años	Del barrio	Trato directo	Ofrece tortillas en el ferrocarril y ofrece a la población
<b>Segunda</b>	A pie y en camión «La Jaula»	Asigna actividades a cada miembro	A los doce años	Del barrio	Trato directo con los proveedores	Exhibe plantas sobre la banqueta
<b>Tercera</b>	«La jaula»	Asigna actividades a cada miembro	A los doce años	Del barrio	Trato directo con los proveedores	Exhibe plantas sobre la banqueta
<b>Cuarta</b>	Camioneta y taxi	Asigna varias actividades a cada miembro	Entre los siete y doce	Del barrio, Guadalajara, México, Celaya	Trato directo con el proveedor	Exhibición de plantas secas y frescas en sobre cajas en la calle
<b>Quinta</b>	Camioneta propia	Asigna varias actividades a cada miembro	Entre los siete y doce	Del barrio, México, Monterrey, Qro., Guadalajara, Irapuato, Celaya	Pédidos vía internet, paquetería, teléfono, depositos bancarios	Estantes, vitrinas, exhibidores, empaquetar el producto , cuentan con local fijo
<b>Sexta</b>		Asignar actividades a cada miembro	Entre los siete y doce años			

Fuente: Elaboración propia 2014

Cuadro 1.2. Innovaciones Tecnológicas por generación

GENERACIÓN	INTEGRANTES	TRANSPORTE	CARACTERISTICAS	CAMINOS	RUTAS COMERCIALES	AÑOS
PRIMERA	Lucia (abuela de Pablo Casas)	<b>Primer momento:</b> recorrido a pie y en burro	Comienza a buscar espacio de venta cerca del barrio de San Agustín.	Camino de terracería	Primera Etapa: Empalme Escobedo	1920
SEGUNDA	Nazaria y Hermenegildo Casas (Padres de Don Pablos Casas)	<b>Primer momento:</b> recorridos a pie, burro, caballo, tren de pasajeros	Comienzan a diversificar las formas de trasladarse al área de trabajo	Camino de terracería	Primera Etapa: Empalme Escobedo	1930
TERCERA	Don Pablo Casas	<b>Primer momento:</b> recorridos a pie <b>Segundo momento:</b> Camión de pasajeros "La Jaula" <b>Tercer momento:</b> camión de pasajeros de la línea Flecha de Oro	A partir del uso motorizado del camión "La Jaula", se diversifican los productos y lugares de venta de la familia.	Camino de terracería	Primera Etapa: Empalme Escobedo Segunda Etapa: Celaya-Cortázar	1940
CUARTA	Dolores Casas Hernández y sus hermanos (as)	<b>Primer momento:</b> camión de pasajeros de la línea Flecha de Oro y Flecha Amarilla.	Al utilizar el transporte de la Flecha de Oro y Flecha Amarilla ampliaron su territorio de cobertura comercial.	Camino de terracería Carretera y autopista	Primera Etapa: Comonfort-Cortázar Segunda Etapa: Comonfort-Salamanca	1950 -1960
QUINTA	Hijas (os) de Dolores Casas Hernández	<b>Primer momento:</b> camioneta particular, taxi, camioneta de la hermana Ninfa <b>Segundo momento:</b> camioneta propia marca Nissan (Pick up doble cabina)	Comienzan ampliar su ruta comercial a partir de uso del transporte.	Carretera y autopista	Primera Etapa: Comonfort-Salamanca Segunda Etapa: Atlanta (USA)	1990
SEXTA	Nietos de Dolores Casas Hernández	<b>Primer momento:</b> Camioneta propia (Ford doble cabina)	Se adquiere transporte nuevo para usarlo en la búsqueda y traslado de mercancía para las tiendas.	Carretera y autopista	Primera Etapa: Comonfort- Salamanca Segunda Etapa: Atlanta (USA)	2000 en adelante

Fuente: Elaboración propia 2014

Cuadro 1.3. Relación de la Unidad Doméstica de la Familia Casas

GENERACIONES	FASES CRECIMIENTO	CARACTERISTICAS	INTEGRANTES	FUNCIONES	
PRIMERA		Es el inicio de una actividad comercial	Abuela de Don Pablo Casas	Doña Lucia	Hacer y vender tortillas
SEGUNDA		Se comienza a integrar a una nueva actividad comercial de hierbas y frutas de la región	Mamá y papa de Don Pablo Casas	Doña Nazaria	Buscar, acomodar y vender
				Don Hermenegildo	Campo y venta de hierbas
TERCERA	DE EXPANSIÓN	A partir del matrimonio de Don Pablo Casas y Margarita Hernández comienza la etapa de expansión	Don Pablo Casas y esposa	Doñ Pablo	Campo, buscar, y vender
				Doña Margarita	Campo y venta
CUARTA	DE DISPERSIÓN	Se incursiona en el proceso de enseñanza los primeros hijos (as) de Don Pablo Casas	Don Pablo Casas, hijos e hijas	Consuelo Casas	Acomodar y vender
				Petronilo Casas	Buscar y acomodar
				Ninfa Casas	Acomodar y vender
				Hermenegildo	Buscar y acomodar
				Antonio Casas	Buscar y acomodar
				Dolores Casas	Acomodar, buscar y vender
				Esperanza Casas	Acomodar y vender
				Rosario Casas	Acomodar y vender
				Margarita Casas	Acomodar y vender
				Rubén Casas	Buscar y acomodar
QUINTA	DE DISPERSIÓN	Se incursiona en el proceso de enseñanza al primer hijo de Doña Dolores Casa	Doña Dolores Casas e hijas (os)	Gabriel Carmona	Buscar, acomodar, vender
				Lucia Carmona	Buscar, acomodar y vender
				Gpe. Carmona	Acomodar y vender
				Alfredo Carmona	Buscar, cuidar huerta
				Diana Carmona	Buscar, acomodar y vender
				Laura Carmona	Buscar, acomodar y vender
				Norma Carmona	Acomodar y vender
SEXTA	DE REEMPLAZO	Los nietos de Doña Dolores Casas han comenzado a incursionar en la dinámica comercial de la empresa familiar	Nietos de Doña Dolores Casas	Yuriani	Acomodar
				Alejandro	Acomodar y vender
				Ariadna	Acomodar y vender
				Said	Acomodar
				Leonardo	Acomodar y vender
				Jimena	Acomodar y vender

Fuente: Elaboración propia 2014



## V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A través de este estudio de caso mostramos cómo es que en torno a la herbolaria se tejen una compleja red de interacciones en donde sobresalen las mujeres emprendedoras de la familia Carmona Casas, quienes durante generaciones han mantenido esta actividad, adecuándose a las condiciones cambiantes del entorno local, regional y global, a partir de estrategias empresariales que incluyen la organización y cooperación familiar, la exploración de nuevos mercados y nuevas tecnologías en información y comunicación, la adquisición de nuevos conocimientos y la ampliación de sus contactos comerciales.

Las integrantes de esta familia han generado una serie de relaciones de apoyo primero de carácter familiar, pero también se han vinculado con proveedores directos e indirectos, a la vez que han reproducido y ampliado los saberes del uso y comercialización de las hierbas a partir de más de cuatro generaciones, teniendo como un telón de fondo al comercio, actividad que ha congregado a un considerable número de habitantes del Municipio de Comonfort y del Barrio de San Agustín de donde es originaria la familia objeto de este estudio.

En general, podemos hacer mención a las diversas estrategias que han implementado los miembros de la familia Casas a lo largo de varias generaciones, dependiendo del espacio y del tiempo; una estrategia ha sido la utilización y transmisión de los saberes aprendidos generacionalmente, lo cual ha venido a constituir el capital cultural con que cuenta la organización familiar.

Otra estrategia la constituyen las redes que han creado con proveedores, quienes son parte del capital social de que disponen. En otras palabras, con los recursos que tiene para llevar a cabo relaciones comerciales. Asimismo, hallamos estrategias de innovación tecnológica en donde las integrantes de la familia se han adaptado a los recursos que han ido surgiendo a lo largo del tiempo como es el caso del transporte, luego el uso del internet para llevar a cabo las relaciones de

comercio con proveedores e intermediarios y para obtener información relevante y novedosa sobre esta actividad, por demás compleja.

Históricamente, el comercio ha ocupado un sitio relevante desde inicios del siglo XX en la región y en particular en el barrio de San Agustín el cual ha mostrado una dinámica comercial muy característica a partir del manejo de los recursos de su entorno, como es el río, las huertas y los pozos pero sobre todo la producción de hierbas al interior de las viviendas. Es en este contexto en donde se desarrolla la producción y comercialización de frutas y plantas, así como la recolección de plantas silvestres, lo que ha dado origen a la tradición herbolaria y su dinámica a nivel local y regional por parte de las “hierberas” de la zona.

Como elementos a destacar en este análisis ubicamos la dimensión territorial y la contribución del transporte en la dinámica regional y en el proceso comercial de la familia Casas, que ha ampliado su margen de operaciones haciendo uso de las facilidades del transporte motorizado, lo que marca una diferencia desde que se trasladaban a pie o en burro.

En el año 1959 se marca una nueva etapa al introducirse el primer camión de pasajeros al barrio lo cual vino a activar la actividad comercial tanto a la familia Casas encabezada por Don Pablo Casas, como de la población del barrio de San Agustín, hago mención a estas adaptaciones tecnológicas y su relevancia en la dinámica territorial mediada por el comercio y los espacios en los que ha sobresalido la familia Casas delineando diversas estrategias. Una de estas ha sido ampliar sus fronteras comerciales a otros municipios como; Celaya, Irapuato, Cortázar y finalmente a Salamanca.

Tomando en cuenta que se analizamos una actividad que se ha mantenido y ampliado durante un periodo de 60 años, observamos cómo se han transformado las actividades en torno a la herbolaria y la venta de frutales, pasando de la venta en la calle, improvisando los puestos sobre la banquetta, y manteniendo un recurso fundamental que es la huerta familiar. De no ser por la

sucesiva incorporación de las nuevas generaciones, es probable que esta actividad habría desaparecido, sin embargo, se ha diversificado y ha aumentado en la medida en que los descendientes de don Pablo Casas han heredado una visión empresarial, innovando en tipos de productos, formas de mercadeo y conocimientos tanto tradicionales como de tipo sintético. En este contexto la familia Carmona Casas ha creado una organización comercial por medio de estrategias económicas organizativas y adaptaciones culturales locales, regionales y globales.

En relación con lo anterior, un aspecto a resaltar es el proceso de enseñanza que permite transmitir los conocimientos de una generación a otra, a temprana edad siendo en promedio a partir de los siete años cuando se les asigna la actividad a cada miembro de la familia como el descargar, acomodar, limpiar la hierbas así como enseñarse hablarles a los clientes y ofrecer el producto, por lo cual, se les van dando más actividades a realizar en donde se incluyen hierbas y frutas de temporada así como productos de laboratorio, ya a los doce años identificaban perfectamente el tipo de hierbas y sus usos. Hoy en día combinan productos de laboratorio con hierbas locales, regionales y de otros países lo cual indica el manejo que tienen el uso y manejo de conocimientos locales y regionales de la medicina tradicional, naturista y productos de la salud.

La familia Carmona Casas ha generado una organización comercial y un proceso de enseñanza estructurado, que se origina desde la generación de la señora Dolores Casas, quien a los ocho años y hasta los doce iba a comerciar al municipio de Cortázar, actividad que aprendió directamente a través de escuchar a su madre. El aprendizaje comienza desde el momento de acomodar el aguacate hasta la asignación de tareas para cada miembro de la familia; en este caso el papá de doña Lola vendía sobre la banqueta del local que ahora ella posee.

La familia Casas siempre ha sostenido una relación dinámica con los proveedores de los diversos productos, solo que al inicio estas relaciones fueron más locales porque en el barrio existían huertas y ahí mismo se conseguían las

hierbas y otros productos que se hacían en el municipio como los molcajetes y canastos de carrizo. Actualmente, con las ventajas del transporte la variedad de productos que se manejan se ha diversificado exponencialmente.

En el caso de Doña Lola, el uso del transporte ha sido punto clave para el despegue de la dinámica comercial del negocio familiar; después de la década de los sesenta el proceso de cambio pasó de transportarse a pie o a lomo de burro, a camiones “hechizos, para después utilizar los autobuses manufacturados así como los servicios de un taxista para hacer su recorrido, así como del uso de la camioneta de su hermana, y finalmente la adquisición de sus propio transporte, lo cual es un indicio de capitalización económica, como también de expansión de su margen de operaciones diversificando y ampliando la mercancía, como fueron los productos de laboratorio, las plantas de invernadero y los árboles frutales e incluso ampliaron la búsqueda de proveedores y nuevos productos en otros estados y de centro américa, el transporte vino a ser un elemento esencial en el despegue de su actividad económica.

Actualmente, una de las estrategias que utiliza Doña Lola y sus hijas es mantener una amplia variedad de productos, y distribuyendo tareas a cada uno de los miembros de la familia, lo que hace que las nuevas generaciones desarrollen las habilidades comerciales claves para ser exitosas. Como parte de la globalización existe un gran movimiento comercial a partir de que la gente demanda de otros productos, ante lo cual se introducen tanto productos de laboratorio como nuevas plantas y hierbas, provocando esto se tengan que surtir de más mercancía y buscar nuevas redes a través de proveedores nacionales e internacionales.

En términos de innovación, fue la hija mayor de Doña Lola quien vino a cambiar la dinámica de venta de la familia a través de reorganizar el espacio comercial de una manera diferente, empaquetando las hierbas a granel y acomodando los espacios de los locales de una forma distinta. Actualmente se encuentra en Estados Unidos, trabajando para un laboratorio de productos

naturales como supervisora de ventas de la zona de Atlanta en Georgia, su estrategia de venta es por medio del internet y la entrega del producto es por paquetería.

Ante la inminencia de las nuevas tecnologías en información y comunicación, visualizamos un escenario en el que empresas familiares como la que aquí se analiza continuarán haciendo procesos de adaptación para dar respuesta a las demandas del mercado, conservando su carácter de empresa familiar e innovando en los rubros que sean necesarios sin perder su esencia tradicional la cual además es un factor de identidad muy importante. Asimismo, vemos cómo es que las integrantes de la familia Carmona Casas han transitado por un proceso desde sus inicios en esta actividad tradicional, la cual no está reñida con las innovaciones que le impone el entorno translocal, regional o global, según la dimensión que se analice.

Es importante señalar que a partir de la investigación realizada se ha podido comprobar la hipótesis planteada al inicio de la investigación, por lo tanto, se corrobora que, efectivamente las integrantes de la familia Carmona Casas han conseguido mantener prácticas y conocimientos relacionados con la herbolaria a partir de su posicionamiento como actividad productiva comercial en lo local y regional, lo que ha sido central para el sostenimiento de la familia. Así mismo se comprobó que a partir de la implementación de estrategias en donde han relacionado las actividades tradicionales con las nuevas tecnologías a través establecer relaciones socio-culturales (redes), han construido un sentido de identidad y pertenencia gremial que las ha llevado a la apropiación de espacios comerciales que las ha posicionado exitosamente como una empresa familiar en la rama de la herbolaria y productos alternativos para la salud en lo local y regional dentro del bajío Guanajuatense.

Finalmente considero necesario hacer mención que a partir de los resultados obtenidos de la investigación realizada se llegó a la siguiente propuesta de análisis para empresas familiares en el área de la herbolaria, la cual consta de cuatro niveles:

Un primer nivel denominado “de inicio o arranque”; donde se presenta la relación entre los recursos naturales, el transporte y la dinámica mercantil desde lo local y regional.

El segundo nivel se le ha denominado “el Impulso a la dinámica comercial familiar”; aquí es importante tomar en cuenta el origen familiar, los destinos de venta de sus productos, las relaciones con proveedores, la innovación en el transporte y la dinámica comercial de las nuevas generaciones.

Un tercer nivel es el de “consolidación de los saberes”; se resaltan la transmisión de saberes, la organización doméstica al interior de la familia y la generación de reemplazo.

Y finalmente, un cuarto nivel denominado “incubación de una visión empresarial”; aquí se presenta la educación formal e informal en la preparación y capacitación, la organización del espacio de trabajo y las nuevas formas de relacionarse con los proveedores.

## **MODELO DE ANÁLISIS SOBRE UNA EMPRESA FAMILIAR EN EL AREA DE LA HERBOLARIA**

*“Adaptación Exitosa de un Modelo Innovador en una Empresa Familiar”*

### **I.- Aclaraciones preliminares**

A lo largo de la investigación llevada a cabo con la familia Casas Carmona se obtuvieron datos relevantes sobre la dinámica mercantil que han seguido con éxito en el área de la salud y la herbolaria hasta el día de hoy a lo largo de más de cinco generaciones.

Por lo tanto, es importante desplegar una propuesta desde una visión antropológica sobre el análisis del modelo que esta familia ha logrado conformar a través del tiempo dentro de su dinámica mercantil teniendo un punto. El modelo ésta dividido en cuatro niveles de análisis que a continuación se describen:

### **II.- Primer nivel de análisis del modelo: “De inicio o arranque”**

En este primer nivel se da la relación entre los recursos naturales, el transporte y la dinámica mercantil local y regional.

Se comienza por identificar quienes y en donde se ubican los recursos naturales que se encuentran en el contexto local a partir de los cuales deben irse construyendo las primeras relaciones comerciales entre la población y los medios.

Un segundo momento es el transporte quien se convierte en un recurso indispensable para dar movilidad a la materia prima y humano a nivel local y regional.

Y el tercer momento es cuando se comienza a impulsar la dinámica mercantil local a partir de la creación de redes con proveedores y clientes teniendo como punto de partida los recursos naturales del contexto.

### **III.- Segundo nivel: “Impulso de la dinámica comercial familiar”**

En un segundo nivel debe tomarse en cuenta el origen familiar, los destinos de venta de sus productos, las relaciones con proveedores, la innovación en el transporte y la dinámica comercial de las nuevas generaciones.

En la primera fase debe comenzar por identificar el origen socio-cultural y la dinámica comercial al interior de la familia.

La segunda fase ó momento deben fijarse las estrategias para buscar espacios y abrir nuevos mercados de venta de los productos.

Un tercer momento es la creación de redes con proveedores locales y regionales, en donde se pone en práctica las habilidades que se tienen como consecuencia del capital cultural y social con el que cuentan cada miembros de la empresa familiar.

El cuarto momento es la innovación e introducción del transporte para la movilización de los recursos humanos y de la mercancía hacia diferentes destinos regionales así como la movilidad de recursos naturales y procesados.

Un quinto momento dentro de este nivel es la dinámica comercial de las nuevas generaciones quienes deben crear nuevas redes sociales con empresas, proveedores, ampliar la clientela y buscar otras formas de adquirir el producto.

### **IV.- Tercer nivel del modelo de análisis: “Consolidación de los saberes “**

En este tercer nivel se resaltan la trasmisión de saberes, la organización doméstica al interior de la familia y la generación de reemplazo.

Un primer momento es lo relacionado con la transmisión de saberes a partir del cual se enseña la forma de trato al cliente, el manejo de los conocimientos por generación y el uso del lenguaje para ofrecer el producto al cliente.



Otro momento es la forma como se organizan y transmiten el conocimiento, cuales son las funciones, quienes las realizan, como y cuando las llevan a cabo.

Y por último el papel que desempeña la generación de reemplazo para que siga transmitiéndose el conocimiento por medio de la enseñanza de la forma como se organiza el espacio, la ayuda en la organización del producto y la forma de ofrecerlos a los clientes.

#### **V.- El Cuarto nivel del modelo de análisis: “Una visión empresarial”**

En el cuarto nivel se toca lo correspondiente a la educación formal e informal en la preparación y capacitación, la organización del espacio de trabajo y las nuevas formas de relacionarse con los proveedores.

La primera fase dentro del cuarto nivel se requiere de la adquisición de conocimientos a través de la capacitación de los integrantes de la empresa familiar y a la vez, cada uno deberá incorporar los saberes que ya traen a través de varias generaciones.

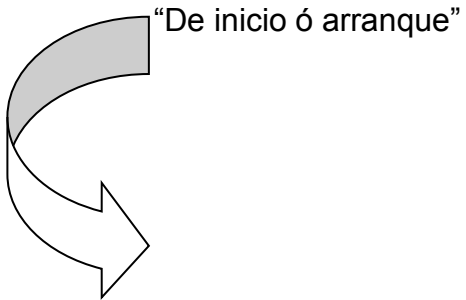
La siguiente fase es la organización de producto con una lógica en la distribución de los espacios dentro en el área de venta de la mercancía.

Otra fase es la importancia de generación de redes con los proveedores locales, estatales, nacionales e internacionales.

Y finalmente es la ampliación de las redes con instituciones gubernamentales y no gubernamentales a partir de la gestión y vinculación.

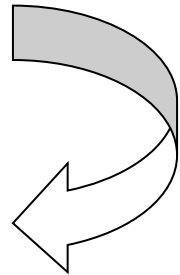
## ETAPAS DEL MODELO DE ANÁLISIS DE UNA EMPRESA FAMILIAR EN EL ÁREA DE LA HERBOLARIA

### Primer nivel

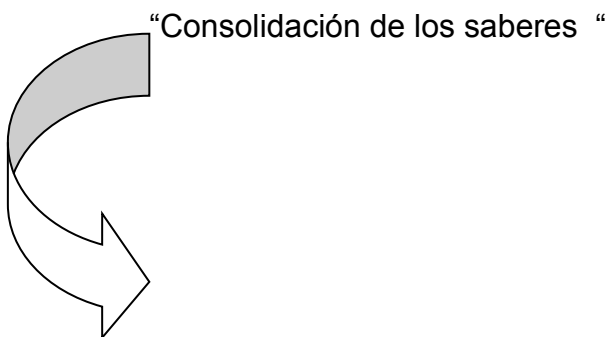


### Segundo nivel

“Impulso de la dinámica comercial familiar”



### Tercer nivel



### El Cuarto nivel

“Una visión empresarial”

## LITERATURA CITADA

- Adler de Lomnitz, Larissa, L. (1975). *Como sobreviven los Marginados*. México: Siglo XXI.
- Aguilar, S. Genaro. (1993). *Las regiones agrícolas de Guanajuato*. México: Universidad Autónoma de Chapingo.
- Antillón, N. (2002). *Cómo hacemos para construir conocimiento a través de la sistematización*. México: IMDEC.
- Avila, H. S. (2005). *Colección multidisciplinaria, lo urbano-rural nuevas expresiones territoriales?* México: UNAM.
- Basaldúa, Manuel (2005). *Los empresarios de la compañía industrial cerillera de San Juan del Río: antropología de la industria cerillera*. México: Universidad Iberoamericana.
- Becker, H. S. (1975). *Observación Social y estudios de casos Sociales*. España.
- Bourdieu, Pierre (1986). Mencionado por Benhamoc Fraçaise. *La economía de la cultura*, (1996): Trile.
- Bourdieu, Pierre (1999). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona España: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires Argentina: Siglo XXI.
- Bueno, Carmen y Negrete P. Margarita coordinadoras. (2006). *Espacios Globales*. México: Universidad Iberoamericana, Plaza y Valdéz.
- Bueno, C. Carmen, coordinadora. (2000). *Globalización una cuestión antropológica*. México: Porrúa-CIESAS.
- Bueno, Carmen y Aguilar E. coordinadoras. (2003). *Las expresiones locales de la globalización: México y España*. México: Universidad Iberoamericana, Porrúa-CIESAS.
- Canclini, N. G. (2001). *La Globalización Imaginada*. México: Paidós.
- Chayanov, A.V. (1985). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Coleman, James. (1990). *Foundation of Social Theory*. Harvard University Press. Cambridge pag. 19-121.
- De Gortari Rebeca, S. M. (2010). *Aprendizaje e Innovación en Microempresas Rurales* Coords. México: UNAM,UV.
- De la Peña, Ricardo . (1997). *Como acercarse a la Sociología*. México: Limusa.

- De la Peña, Duran M. Juan. (1990). *Crisis, conflicto y sobrevivencia: estudios sobre la sociedad urbana en México*. Universidad de Guadalajara-CIESAS.
- De la Peña, Escobar Agustín (comp.). (1986). *Cambio regional, el mercado de trabajo y vida obrera de Jalisco*. México: El Colegio de Michoacán.
- Geertz, C. (1992). *La descripción densa*. España: Gedisa.
- Giménez, G. (2007). *Territorio, cultura e identidades*. México: CONACULTA.
- González de la Rocha, Mercedes. (1986). *Organización y reproducción de las unidades domésticas de la clase trabajadora en Guadalajara*. México: CIESAS
- González de la Rocha, Mercedes. (1986). *Los recursos de la pobreza, familias de bajos recursos de Guadalajara México*. México: CIESAS
- Gutiérrez, D. Juan Manuel. (1995). *Teoría de la observación*. España.
- Jara, O. (1997). *Para sistematizar experiencias*. México: Alforja.
- Jiménez, I. (2005). *Ensayos sobre Pierre Bourdieu*. México: Plaza y Valdés Editores S.A. de C.V.
- Lominz, A. Larissa, L. (1975). *¿Cómo sobreviven los Marginados?*. México: Siglo XXI.
- Maus, Marcel. (2006). *Manual de etnografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Meillassoux, Claude. (1997). *Mujeres, graneros y capitales*. Buenos Aires: Siglo XXI, Sexta Edición.
- Molina José Luis. (2001). *El análisis de las redes sociales una introducción*. Barcelona: Belaterra
- Molyneux, M. (2003). *Movimientos de mujeres en América Latina. Estudio teórico comparado*. España: Catedra.
- Oliveira, de Orlandina (1988). *Acercas de los estudios de los grupos domésticos, un enfoque sociodemográfico: grupos domésticos y reproducción cotidiana*. México: COLMEX.
- Palerm V. Jacinta. (2008). *Guía y lecturas para una primera práctica de campo*. Querétaro, México: UAQ.
- Pérez Lizaur, M. (2010). *Empresa y Familia en México. Una visión desde la Antropología*. México: UIA.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires Argentina: Vergara
- Putman, Robert. (2003). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Barcelona: Circulo de Lectores.

Real, Cabello Gaspar. (2002). Las teorías de la globalización y el sistema mundial. *AURIGA*, pag 181-198.

Rocha, M. G. (1986). *Los recursos de la pobreza, familia de bajos ingresos de Guadalajara México*. México: CIESA.

Tarrés, L. (2008). *Observar, escuchar y comprender, sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Miguel Angel Porrúa.

Vazquez, Alejandro, Terven A. (2012). *Tácticas y estrategias para mirar en sociedades complejas, apoyo didáctico para la investigación sociocultural*. Querétaro, México: Diseño e impreso de Querétaro S.A de C.V.

Verde, H. V. (2008). *Sistematización de experiencias*. Perú: ADESO.

### **Publicación en revistas científicas**

Adam, F. y Roncevic 2003. *Social Capital: Recent debates and research trends*. Pág. 42

Bidart, Claire 2009. En busca del contenido de las relaciones sociales, los motivos de las relaciones. *“REDES: Revista hispana para el análisis de redes sociales”*. Vol. 6, Numero 20, en <http://revista-redes.redins.es>. Consultada en Marzo del 2013.

Dickson, P. H. 2004. *Entrepreneurial orientation: The role of institutional environment and firm attributes in shaping innovation and proactiveness*. Pág. 404

Durston, John 2000. *Qué es el capital social comunitario*. Serie políticas sociales, Número 38. División de Desarrollo Social CEPAL, Santiago de Chile.

\_\_\_\_\_ Diciembre 1999. *Construyendo capital social*. *“Revista de la CEPAL”*. Número 69. Pág. 103-118. Santiago de Chile.

García, José. Junio 2011. *Una definición estructural del capital social*. *“REDES: Revista hispana para el análisis de redes sociales”*. Vol. 20, Numero 6, en <http://revista-redes.redins.es>. Consultada en Marzo del 2013.

González de la Rocha, Mercedes (2003). *“Oportunidades y capital social”*. Ponencia presentada en seminario *“capital socila y programas de superación de la pobreza”*. CEPAL, Santiago de Chile, 10 y 11 de Noviembre del 2003.

Granovetter, M. 1985. *Acción económica y estructura social*. *Revista Americana de Sociología*. Vol. 9, Número 3.

Lozano, A. Vanessa. Junio 2011. *El capital social y las redes personales en el estudio de las trayectorias laborales*. "Revista hispana para el análisis de redes sociales". Vol. 20, Número 3. Departamento de Sociología UB, en <http://revista-redes.redins.es>. Consultada en Enero 2013.

Miller, D. 1983. *The correlates of entrepreneurship in three types of firms*. "ManagementScience". Vol. 29, pág. 770-779.

Portes, Alejandro. 1999. *Capital social: orígenes y aplicaciones en CARPIO, Jorge y Novacovsky, Irene (comps.)*. De igual a igual. El desafío del Estado ante nuevos problemas sociales. Buenos Aires, Argentina, Fondo de Cultura Económica SIEMPRO-FLACSO pp. 243-266

Ramírez, P. Jorge. 2005. *Tres visiones sobre capital social: Bordieu, Coleman y Putnam*. Revista Auto-republicana, Política y Social. Año 4, Numero 4.

Real, C. Gaspar. Febrero 2002. Las teorías de la globalización y el sistema mundial. "Revista Auriga". 15/16. Universidad Autónoma de Querétaro en Facultad de Filosofía, México.

Ripollés, M. y Blesa, A. 2006. *Redes personales de empresario y orientación emprendedora en las nuevas empresas*. Cuaderno de Economía y Dirección de Empresa. Número 26.

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management*. Harvard Business School pag. 155-170.

## APÉNDICE



Familia Carmona Casas: colección propia



Interior de la tienda de doña Dolores Casas: colección propia



Interior de la tienda de Norma Carmona Casas: colección propia



Tienda de doña Dolores Casas: colección propia



Tienda de Norma Carmona Casas: colección propia



Tienda de Norma Carmona Casas: colección propia



Interior de tienda de Laura Carmona Casas: colección propia



Interior de tienda de Norma Carmona Casas: colección propia



Tienda de Laura Carmona Casas: colección propia



## **Proyecto de Intervención**

Los resultados del estudio buscaron conocer los procesos de producción y comercialización llevados a cabo por las hierberas integrantes de la familia Carmona Casas, en este sentido, como parte de la investigación se detectaron las principales dinámicas comerciales que las mujeres han realizado en el transcurso de varias generaciones.

Por otra parte es relevante hacer mención de las intervenciones que se llevaron a cabo con las integrantes de la familia Carmona Casas a lo largo del proceso de investigación, resultando lo siguiente:

La primera intervención fue la construcción de las memorias de la familia Casas, en donde la información da cuenta de sus vivencias, experiencias y momentos significativos de la familia.

Una segunda intervención es el diseño del logo de las tiendas así como el propósito, la misión, visión de la empresa familiar a partir de las inquietudes de sus integrantes.

La tercer y última es la conformación de las memorias de vida del señor Salvador Medina Téllez, quien fuera él carpintero del taller en donde se construyó el primer camión hechizo denominado “la jaula”, cuyo transporte bajaba al barrio de San Agustín para recoger población del lugar entre los cuales se encontraban los integrantes de la familia Casas.

A continuación se realiza una descripción de cada una de las propuestas que se están realizando en este momento:

**1.- Diseño de las memoriasde la Familia Carmona Casas**, son importantes para la familia debido a que consideran relevante dejar algo escrito sobre la utilización de sus saberes diversos a partir de la adaptación y readaptación de estrategias comerciales que permitan la reflexión de aquellos procesos de enseñanza que se han presentado desde la educación no formal implementados por las integrantes de la familia Casas en el trascurso de seis generaciones.

**2.- Diseño del logo de las tiendas de la familia Casas**, fué una de las inquietudes por parte de las integrantes en especial de Norma. El diseño del logo lo realizó un estudiante de informática del Tecnológico de Celaya, Gto. La propuesta se le entrego a la familia en digital y un cuadernillo.

**3.- Las memorias de vida del señor Salvador Medina**, quien fuera el carpintero del primer taller (de Don Juan Sánchez) donde se construyó el camión denominado “La Jaula” propiedad de la familia Leal, transporte que usaban las hierberas y la familia Casas para salir del barrio de San Agustín alrededor de los años cuarenta.



### Misión

Atender y mejorar la salud de las personas de la región a través de la naturaleza y de los conocimientos tradicionales combinado con nuevas alternativas naturistas.

### Propósito

Mejorar la salud de las personas a través del uso de la naturaleza y de la medicina tradicional.

